

Dit verhaal gaat over mijn denken als ontwerper denken over het visuele van visuele communicatie – over denken als een methode om mijn eigen handelen en rol als specialist te begrijpen in de sociaal-culturele context. Met andere woorden, ik probeer mijn persoonlijk en professioneel handelen in verband te brengen met de kleine en grotere contexten van menselijke activiteit. Dat denken moet wel operationeel zijn: een constructie van begrippen en argumenten die het mogelijk maakt om – als persoon, als sociaal wezen en als professional – te kunnen omgaan met de complexiteit van de wereld waarin wij leven.

Tegen de achtergrond van de libertair-socialistische visie op de wereld van de historische avantgarde waarmee ik me verwant voel, moet dat denken allereerst worden gezien als een poging verbeelding te steken in de tegenstelling tussen traditie en vernieuwing, in de zin van sociale emancipatie en menselijk overleven. Die oriëntatie op maatschappelijke en publieke doelen is meer dan ooit noodzakelijk nu de disciplines van praktisch intellectuelen zich zozeer hebben verbonden met de macht van het geld, de bureaucratie en de media, die weinig overtuigende oplossingen bieden voor de sociale, economische en ecologische crisis.

Om als ontwerpers, architecten, televisiemakers enzovoort, te ontsnappen aan de verstrengeling met de instituties – die nu eenmaal prioriteiten stellen in overeenstemming met hun particuliere belangen – is het zaak te werken aan een denkwereld en strategieën die handelen ten dienste van het publiek belang opnieuw mogelijk maken.

Communicatie bestaat grotendeels uit onberedeneerd handelen. Daarom is bij het formuleren van een concept dat streeft naar meer onafhankelijke meningsvorming, behalve een analyse van de bestaande productieverhoudingen, een constante reflectie nodig op die empirische ervaring. Alleen op die manier is het mogelijk om temidden van de veranderende en tegengestelde corporatieve belangen – waar we tegelijk afhankelijk van zijn – cultuur-politieke criteria en strategieën te ontwikkelen die nieuwe ruimte scheppen voor onafhankelijk professioneel handelen in de media. Een handelen dat uitgaat van een niet-autoritaire houding ten opzichte van het publiek en de eigen rol van de bemiddeling niet verdonkeremaant.

Het ontwerpen heeft, denk ik, niet de aandacht gekregen die nodig is om zijn huidige sociale positie te begrijpen. Ondanks de enorme verspreiding van visuele informatie, worden de complexe factoren van institutionele macht bepalend voor zijn productie grotendeels genegeerd. Het eigentijds ontwerpen

This essay deals with my thinking as a designer of visual communication – with thinking as a method of understanding my own action and role as an expert in the socio-cultural context. In other words I see my personal and professional activity in relation to social reality, in relation to the smaller and larger contexts of human activity. My thinking should be operational in this: a construct of notions and arguments which enables me – as a person, as a social being and as a professional – to deal with the complexity of the world we live in. Against the background of the libertarian-socialist worldview of the historical avantgarde, with which I feel a close affinity, this thinking should first and foremost be understood as an ongoing attempt to deal imaginatively with the conflict between tradition and innovation, related to the collective interest in the sense of social emancipation and human survival. This orientation towards social and public goals is needed more than ever now that the disciplines of practical intellectuals have affiliated to such an extent with the power of money, bureaucracy and the media, whose solutions for the social, economic and ecological crisis are far from convincing.

For us, as designers, architects, television-makers et cetera, to escape from this entanglement with institutional interests – which wish to set priorities in such a way as to reflect their private interests – it is important to formulate a concept and strategies which once more make action for the public concern possible. Communication is largely formed by unreasoned action. Therefore the formation of a concept which strives for a more independent forming of opinions, requires besides the analysis of the existing production relations an unceasing reflection on that empirical experience. In this way it will be possible, amidst the shifting and opposing corporate interests – and at the same time being dependent upon them – to develop politico-cultural criteria and strategies which will open new space for professional action in the media. Action starting from a non-authoritarian attitude towards the public and not concealing its own mediating role.

Design, I think, has not received the attention needed to understand its present social position. Despite the enormous dissemination of information, the complex factors of institutional power which definitely contribute to its production have mostly been ignored. Nor has contemporary

design have been related to theoretical developments in other spheres of cultural production, and critical thinking about economy and media. Because our living environment has been instrumentalised by a wide variety of institutional interests, the consumer has become dependent upon an increasing denseness of communicative networks, the strategic aims of which remain as obscure as possible. Design is inevitably connected with these developments of modern (post) industrial society. It plays an essential role in the organisation of production and stimulates the distribution of this production by articulating the form of goods and messages. Through its relationships with the organised interests of the economy, the state and the media, design also contributes to the cultural staging which intervenes with all aspects of social and cultural life.

Designers and other professional mediators have proved, unfortunately, to be unable to stay out of this ongoing process of colonisation of the media and have found themselves incapable of renegotiating an attitude which is related to the benefit of all. As a result, the image of reality they produce consists of no more than a myriad of individual side tracks, reduced to mere form and stereotypical content. Because designers and intellectuals fail to reflect critically upon the conditions under which their own action comes about, their mediating role between private and public interest has been lost. The visual language of graphic or other design – originally intended as an emancipating force – has been replaced by the forms of expression of advertising and public relations. In the media, problems of public nature are increasingly veiled by a multiform spectacle, the public interest formulated by the language of marketing.

According to Abraham Moles, the role of the designer does not so much exist in making 'new' objects which serve as structural elements of an immaterial culture, but in creating an absolutely stable environment. Before introducing anything new, the designer must first protect the status quo; only after that does it become possible for the individual to participate spontaneously and without much effort in the seductive immaterial nature of the present world.<sup>1</sup>

wordt evenmin gerelateerd aan theoretische ontwikkelingen op andere gebieden van de culturele productie als aan kritisch denken over economie en media.

Omdat onze leefomgeving is geïnstrumentaliseerd door een grote variëteit aan institutionele interesses is de consument afhankelijk van een toenemende dichtheid van communicatienetwerken, waarvan de strategische doelen zoveel mogelijk verborgen blijven. Ontwerpen is onontkoombaar verbonden met deze ontwikkelingen van de moderne [post-]industriële maatschappij. Het speelt een essentiële rol in de organisatie van de productie en stimuleert de afzet van die productie door haar boodschappen en goederen vorm te geven. Als gevolg van die relatie met de georganiseerde belangen van de economie, de staat en de media, draagt het ontwerpen tevens bij aan een culturele encensering die alle aspecten van het sociale en culturele leven heeft doordrongen. Ontwerpers en andere professionele bemiddelaars hebben, jammer genoeg, geen kans gezien buiten dit voortschrijdend proces van kolonisatie van de media te blijven en zijn daarom niet langer in staat verbonden te leggen tussen hun werk en zaken van algemeen belang. Resultaat daarvan is, dat het beeld van de realiteit dat ontwerpers produceren niet veel meer is dan een eindeloze hoeveelheid individuele zijpoden, teruggebracht tot pure vorm en stereotype inhoud. Omdat ontwerpers en intellectuelen nauwelijks nog kritisch nadenken over de condities waaronder hun eigen handelen plaats vindt, is hun bemiddelende rol tussen particulier en publiek belang verloren gegaan. Het visuele taalgebruik van communicatief en ander ontwerpen – oorspronkelijk bedoeld als een emancipatorische kracht – is vervangen door de uitdrukkingsvormen van reclame en public relations. Problemen van publieke aard in de media worden meer en meer versluierd door een veelvormig spektakel; het algemeen belang geformuleerd in de taal van de marketing.

Volgens Abraham Moles, bestaat de rol van de ontwerper niet zo zeer in het maken van 'nieuwe' objecten die dienen als structurele elementen van een immateriële cultuur, maar in het scheppen van een absoluut stabiele omgeving. Voor het introduceren van welk nieuw ding dan ook, dient de ontwerper in de eerste plaats de status quo te beschermen; pas daarna wordt het voor het individu mogelijk spontaan en zonder veel moeite deel te nemen aan het verleidelijk immateriële karakter van de eigentijdse wereld.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Abraham Moles, *Théorie structurale de la communication et la société*. Paris, 1986

omgeving. Gevangen in de twee-polige tegenstelling thinking the visual tussen subjectieve overtuigingskracht en een objectief rationele benoeding worden de oplossingen voor verandering van de communicatieve realiteit vooral gezocht op het niveau van de vorm: in het vernieuwen van de syntaxis. Geworteld in de modernistische traditie, proberen zij nog steeds door middel van de waarde en organisatie van het beeld op zich, de voorwaarden te creëren voor de 'bevrijding' van de consument. Gebaseerd op een postmodernistisch bemiddelend concept aangepast aan de ontwikkeling van de consumptie- en media-maatschappij, leidt dat tot boodschappen met een eindeloze variatie van vorm en een volstrekt conventionele inhoud.

Veel ontwerpers ervaren die situatie inmiddels als een crisis. Door gebrek aan een noodzakelijk begrip-apparaat en argumenten blijft hun inzet voor het algemeen belang bepaald door het wereldbeeld van het gevestigde cultuur-strategische model. Of, zoals Manfredo Tafuri zegt aan het eind van zijn *Project and utopia*: **De crisis van de moderne architectuur is niet het gevolg van 'vermoeidheid' of 'verspilling', maar is in de eerste plaats een crisis van de ideologische functie van de architectuur [...]. Binnen de architectuur zelf is geen 'redding' meer te vinden; noch door rusteloos rond te dolen in 'labyrinten' van beelden die zo polyvalent zijn dat ze tenslotte verstommen, noch door zich op te sluiten in de weerbarstige stilte van geometrieën die vervuld zijn van hun eigen vervolmaaktheid. Daarom kan men zich geen architectonische 'contravormen' voorstellen: enkel zoeken naar een alternatief binnen de structuren die bepalend zijn voor het karakter van het ontwerpen op zich, is een openlijke contradictie in terminus.**<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Manfredo Tafuri, *Project and utopia: design and capitalist development*. Boston, 1979

Sociale kritiek is altijd verbonden geweest met het begrip publieke opinie. Sociale en culturele mobiliteit komen alleen tot stand door politieke wilsvorming, een proces dat gevoed wordt door een diepgaand, permanent en kritisch openbaar debat. Ik herken mezelf in Jürgen Habermas, voor wie de verbetering van de kwaliteit van het sociale leven berust op de intensivering van het communicatief handelen. Zeker nu de publieke ruimte wordt gedomineerd door de massamedia en gekoloniseerd door economische, politieke, bureaucratische en disciplinaire macht.

Op grond van dit idee – het creëren van een meer radicaal democratische publieke sfeer als middel om sociale verandering te bewerkstelligen, in plaats van een pseudo-publieke – ben ik geïnteresseerd in de visuele en verbale tekensystemen waarmee we communiceren: in het beïnvloeden van de praktijk van

whole are seldom more than superficially aware of their role in the staging of the cultural environment. Caught in the binary oppositions of subjective power of persuasion and an objective rational approach, solutions for changing the communicative reality are sought mainly at the level of form: in innovating the syntax. Rooted in the modernist tradition, they still make use of the value and organisation of the image as such in their attempts to help create the conditions under which the consumer can be 'liberated'. Based on a postmodernist adaptation of the mediating concept to the developments in the consumer and media society, this leads to messages with an endless variety of forms and an utterly conventional content.

By now, many designers are experiencing this situation as a crisis. Since they lack the necessary concepts and arguments, their efforts for the common interest largely continue to be determined by the conceptual universe of the established cultural-strategic model. This brings me to Manfredo Tafuri's remark on architecture at the end of *Project and utopia*: **The crisis in modern architecture is not so much the result of 'fatigue' or 'dissipation', but is primarily a crisis related to the ideological function of architecture [...]. Within itself, 'salvation' is no longer to be found, either by restlessly wandering in the 'labyrinths' of images which are so polyvalent that they eventually fall silent, or by incarcerating oneself in the obstinate silence of geometries satiated with their own perfection. This is why it is impossible to propose architectonic 'counter-forms': to search for an alternative solely within the structures determining the nature of design itself is a blatant contradiction in terms.**<sup>2</sup>

Social criticism has always been associated with the notion of public opinion. After all, social and cultural mobility can only come about through the formation of political will, a process which is nourished by an in-depth and permanent critical public debate. I agree with Jürgen Habermas, for whom the improvement in the quality of social life depends on the intensification of communicative action, now that the public sphere is dominated by mass media and colonised by economic, administrative and disciplinary power. It is in relation to this idea of creating a more radically democratic public sphere – rather than

a pseudo-public one – as a means of effecting social change, that I am interested in the visible and verbal sign systems by which we communicate: in understanding the practice of signification as a value system, as a representation of the complex relationships of socio-historical conditions. This in turn means that I must be aware of the relationships within which work is constituted now that the interaction of institutions, commerce and disciplines has monopolised almost all systems of representation. According to Benjamin Buchloh, these relationships are of a 'disciplinary and discursive nature' on the one hand – for example, the conventions of language through which each generation of professionals communicates with the work of its predecessors – and of an 'institutional nature' on the other hand – for example, the definition of the status of information, the form of distribution and the order of receiving, which are sustained by social institutions such as the printing press, television, museums and other media.<sup>3</sup>

The world today exists as a spectacle of attitudes involving the deployment of power and interests, to which the public sphere is subjected on an almost worldwide scale. In this situation designers cannot be satisfied with analysing and describing the institutional conditions in which we are working. Our criticism must be made operational in our field of action: the media. Our critical positions as professionals must be made visible in day-to-day practice. To quote Jürgen Habermas, this requires considerable empirical experience, to find out whether, and to what extent, a public sphere dominated by mass media provides a realistic chance for the members of civil society, in their competition with the political and economic 'invaders' in media power, to bring about changes in the spectrum of values, topics and reasons channelled by external influences, to open it up in an innovative way, and to screen it critically.<sup>4</sup>

Or, in the words of film-maker and theorist Alexander Kluge, discussing the term **oppositional public sphere**: **We should look upon the public sphere as a container for political, moral resistance. We must look to the production sphere**

betekenisgeving als een systeem van woorden, als de uitkomst van de complexe verhoudingen van sociaal-historische omstandigheden. Dit betekent ook dat ik me bewust moet zijn van de verhoudingen waarin het werk wordt gevormd nu de interactie van instituties, handel en disciplines zowat alle systemen van representatie heeft gemonopoliseerd. Volgens Benjamin Buchloh, **zijn die verhoudingen enerzijds van 'disciplinaire en discursieve aard' – zoals de taalconventies waarmee iedere generatie van professionals communiceert met het werk van zijn voorgangers – en hebben ze anderzijds een 'institutioneel karakter' – bijvoorbeeld de definitie van de status van informatie, de vorm van distributie en de soort van ontvangst, die worden onderhouden door sociale instituties als de pers, televisie, musea en andere media.**<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Benjamin Buchloh, *Neo-avantgarde and culture industry*. Boston, 2003

De publieke sfeer is tegenwoordig wereldwijd onderworpen aan een spektakel van theatrale houdingen die verward zijn in het ontplooiën van macht en belangen. Onder die omstandigheden kunnen we ons als ontwerpers niet tevreden stellen met het analyseren en beschrijven van de condities waaronder we werken. Onze kritiek moet operationeel worden gemaakt in het werkveld: de media. Het realiseren daarvan gaat echter niet zonder een forse theoretische en praktische investering. **We moeten vinden – om Jürgen Habermas aan te halen – of, en in hoeverre, een publieke sfeer die gedemineerd wordt door massamedia, de leden van de 'civil society' een realistische kans biedt in hun strijd met de politieke en economische 'indringers' in de mediamaakt, om verandering te brengen in het spectrum van waarden, onderwerpen en redenen die door externe invloeden worden gekanaliseerd, om die op een innovatieve manier open te breken en kritisch te onderzoeken.**<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Jürgen Habermas, *The theory of communicative action*. Boston, 1981

Of, zoals filmmaker en theoreticus Alexander Kluge sprekend over de kansen voor een **oppositional public sphere** het uitdrukt: **We moeten de publieke sfeer zien als een container voor politiek, moreel verzet. De sfeer van de productie daarentegen is de plek waar het potentieel voor verzet verborgen is.**<sup>5</sup>

Om daarvoor mogelijkheden te creëren en te benutten zal de illusie van autonoom en waarde vrij disciplinair handelen moeten worden opgegeven; zullen we de machtsverhoudingen in de wereld waarin we opereren moeten accepteren als een niet-harmonieuze, voortdurend instabiele realiteit.

Alleen die radicaal andere opstelling en gedrag stellen ons, naar mijn idee, in staat een bijdrage te leveren aan de structurele verandering van de publieke meningsvorming. Pas dan kan de publieke

<sup>5</sup> Stuart Liebman (ed.), *October 46*. 'Alexander Kluge: theoretical writings; stories and an interview'. Boston, 1988

sfeer z'n democratische functie weer vervullen als **denken over het visuele** een vertoog-gericht begrip van democratie met publieke argumenten en 'onderhandelingen' voor de wilsvorming, van normen en waarden buiten de domeinen van de economie, de disciplines en de staat.<sup>4</sup>

Het staat buiten kijf dat het begrip communicatie niet kan worden gereduceerd tot het idee van een eenduidige betekenisoverdracht. De voorstelling van de realiteit kan niet in zulke eenvoudige en directe termen worden gezien. Communicatie is gebaseerd op de repetitie van bestaande linguïstische referenties; een repetitie die onontkoombaar is omdat de natuur noch de natuur noch het leven kan kopiëren. Daarom houdt communicatie, of ze nu visueel of anderszortig is, per definitie imitatie en interpretatie in van vroegere motieven en beelden. Die voortdurende 'intertextuele' dialoog is ook een product van de sociale omstandigheden: een culturele representatie die onder invloed van krachten in haar context, legitimerende waarden en normen produceert.

Culturele productie en representatie zijn tegenwoordig hoofdzakelijk in handen van hen die W.H. Auden de **doeners van dingen** noemt. Doeners handhaven het bestaande begrip van de realiteit door het in stand houden van de waarden en normen. Zij brengen de culturele dynamiek tot stilstand door het publieke debat te beperken tot het traditionele wereldbeeld. Dit in tegenstelling tot hen die Auden de **makers** noemt, zij die constant de structurele elementen van het gevestigde culturele begrip van de realiteit bevragen en herformuleren: een vernieuwing die de componenten van de culturele orde kritiseert door de conventionele voorstellingen van de realiteit gedeeltelijk op te heffen en nieuwe 'subversieve' verbanden te leggen.

In samenlevingen als de onze waar moderne productievoorwaarden de overhand hebben, schreef Guy Debord in 1967 in zijn *La société du spectacle*, presenteert alle leven zich als een immense accumulatie van spektakel. Alles wat direct werd geleefd, is veranderd in representatie. [...] Het spektakel in z'n totaliteit bekeken, is zowel het resultaat als het project van de bestaande productiewijze. Het is geen aanvulling op de reële wereld, extra decoratie. Het is het hart van de irrealiteit van de reële maatschappij. In al zijn specifieke vormen, als informatie of propaganda, als reclame of directe consumptie van amusement, is het spektakel het actuele model van het heersende sociale leven. Het is de alom tegenwoordige bevestiging van de keus die *allang* gemaakt is in de productie en de daaruit volgende consumptie. Vorm en inhoud van het spektakel zijn op dezelfde wijze de totale rechtvaardiging van de voorwaarden

where the potential for resistance is hidden.<sup>5</sup>

In order to be able to create and make use of the opportunities to that effect, we will have to give up the illusion of autonomous and value-free disciplinary action. We will have to accept the inequities of power amidst which we operate, and accept the world as a disharmonious, constantly unstable reality.

In my view only a radically different position and behaviour such as this will make it possible to contribute to a structural change in the formation of public opinion. Only then will the public sphere fulfil its democratic function as a **discourse-centred concept of democracy with public arguments and negotiations to the formation of will, of norms and values outside the realms of economy, disciplines and state.**<sup>4</sup>

It is indisputable that the concept of communication cannot be reduced to the idea of transmission of a unified meaning. The representation of reality should not be seen in such simple and direct terms. Communication is based upon the repetition of existing linguistic references – a repetition which is inevitable because culture cannot copy either nature or life. This is why communication, whether visual or of a different nature, by definition implies the imitation and interpretation of earlier motifs and images. This ongoing 'intertextual' dialogue is also a product of social conditions: a cultural representation subject to the forces present in that context, which produce legitimating values and norms. Cultural production and representation are now mostly in the hands of those whom W.H. Auden called the **doers of things**. Doers maintain the existing concept of reality by preserving values and norms. They bring the dynamics of culture to a standstill by restricting the public debate to the traditional view of the world. This is in contrast to those whom Auden calls the **makers**, who constantly question and reformulate the structural elements which make up the cultural concept of reality: an innovation that criticises the components of the cultural order by partly dissolving the conventional conception of reality and finding new 'subversive' connections. In societies like ours where modern conditions of production prevail, wrote Guy Debord in 1967 in his *La société du spectacle*, all life presents itself as an immense accumulation of spectacle. Everything that was directly lived has

moved into representation [...] The spectacle, grasped in its totality, is both the result and the project of the existing mode of production. It is not a supplement to the real world, an additional decoration. It is the heart of the unrealism of the real society. In all its specific forms, as information or propaganda, as advertisement or direct entertainment consumption, the spectacle is the present *model* of socially dominant life. It is the omnipresent affirmation of the choice *already made in production and its corollary consumption. The spectacle's form and content are identically the total justification of the existing system's conditions and goals. The spectacle is also the permanent presence of this justification, since it occupies the main part of the time lived outside of modern production.*<sup>6</sup>

We have reached a point where reality is permeated by the spectacle. The contradictions in political, economic and social life are being eliminated by the theatrical gesture, which is immediately and pleasantly consumable. As a result our discipline too has become a spectacle. Like most other public activities, design serves as a theatrical substitute for more essential forms of visual communication.

In my view, our uneasiness with this situation as designers, as practical intellectuals, proceeds from what we could term 'the crisis in making' resulting from a lack of belief in the possibility of making and changing socio-cultural conditions. The power of capitalist culture to commodify and control [to be repressive and tolerant at the same time, as Herbert Marcuse put it], has dispersed the earlier instruments of criticism, has made them harmless in the dazzling spectacle - in what Roger Black, responsible for the design policy of Rupert Murdoch's media multinational, calls *infotainment*.

As specialists, we find ourselves increasingly confronted with this fundamental discomfort about the relationship between [individual] professional action and the collective interest. It is ever more urgent therefore that the debate around the socio-communicative role of our disciplines be reopened; form and function are no longer defined as separate commercial, aesthetic, linguistic or utilitarian areas, but are once more related to their social significance.

en doelen van het bestaande systeem.

Het spektakel is bovendien de *permanente aanwezigheid* van die rechtvaardiging, omdat het het grootste deel van onze tijd buiten de moderne productie in beslag neemt.<sup>6</sup>

We hebben een punt bereikt waar de werkelijkheid is verzadigd door het spektakel. De tegenstellingen van het politieke, economische en sociale leven zijn vervangen door een theatrale encensering, die onmiddellijk en prettig consumerbaar is. Als gevolg daarvan is ook ons vak tot spektakel geworden. Zoals het meeste andere publiek handelen is ontwerpen een theatraal substituuut geworden voor meer essentiële vormen van communicatie.

<sup>6</sup> Guy Debord, *Society of the spectacle*.  
London, 1970

Volgens mij, komt ons ongenoegen als ontwerpers met deze situatie voort uit wat je de 'crisis van het maken' zou kunnen noemen: een gebrek aan geloof in de maakbaarheid, in de veranderbaarheid van de sociaal-culturele condities. De macht van de kapitalistische cultuur om ons op ons gemak te stellen en zodoende te controleren [tegelijkertijd tolerant en repressief te zijn, zoals Herbert Marcuse zei] heeft de instrumenten van kritiek versnipperd en onschadelijk gemaakt in een verblindend spektakel - in, wat Roger Black, verantwoordelijk voor de vormgevingspolitiek van Rupert Murdochs media-multinational, *infotainment* noemt.

Als specialisten worden we meer en meer geconfronteerd met dit fundamenteel ongenoegen over de verhouding tussen [individueel] professioneel handelen en algemeen belang. Daarom is het belangrijker dan ooit dat het debat over de sociaal-communicatieve rol van onze disciplines heropend wordt. Vorm en functie kunnen niet langer worden gedefinieerd als afzonderlijk commerciële, utilitaire of linguïstische gebieden, maar moeten opnieuw worden gerelateerd aan hun sociale betekenis. Tegen die achtergrond moeten de individuele, poëtische en subversieve elementen van het formeel-esthetische niveau [syntax], worden verbonden met het niveau van de inhoud en de betekenis [semantiek], omdat het spektakel daar de realiteit van het leven vervalst. Een andere belangrijk punt is dat de manipulatie van de boodschap door producent en ontwerper zichtbaar blijft in de boodschap via commentaar en verwijzing naar geaccepteerde waarden en visuele codes. Dit is strategie met de bedoeling om in het bemiddelend vertoog de voorwaarden van de productieverhoudingen te tonen en de boodschap te laten ervaren als

32 argument: als een artificieel product met een ideologische achtergrond, dat door de kijker/lezer kan worden geplaatst in het permanente debat over de sociaal-culturele condities [pragmatiek].

Het antwoord op ons ongenoegen over de publieke rol thinking the visual van het ontwerpen kan dus niet langer gevonden worden in de beschikbare middelen en methoden, maar in de mentaliteit waarmee we proberen sociale en culturele mobiliteit tot stand te brengen – in de overtuiging dat de verhouding tussen de gevestigde communicatieve orde en het publiek veranderd moet worden.

Dit brengt me terug bij de dialectiek tussen orde en innovatie – bij een gedrag dat voortdurend de structurele elementen van de symbolische orde bevraagt waaruit de culturele realiteit is opgebouwd. Het zal duidelijk zijn dat ik deze dialectiek essentieel acht voor een kritische opstelling die wil bijdragen aan de sociaal-culturele verbetering van onze leefomgeving.

Die opstelling moet worden begrepen als een meer-geloopte vorm van denken en maken die de drie samenhangende gebieden van de taal filosofie als uitgangspunt neemt. Een manier van doen die de syntaxis uitbreidt met de semantische en pragmatische niveaus omdat ze streeft naar een gelijkwaardige relatie met de ontvangers – dat wil zeggen, naar een argumenterend, in plaats van een spectaculair en consumptief karakter van de boodschap.

Een benadering als deze heeft ingrijpende gevolgen voor de omgang met het publiek en de structuur van de boodschap. De belangrijkste voorwaarde voor deze vorm van communicatie blijft echter dat de 'subversieve' omgang met de conventies expliciet wordt gemaakt op het semantisch en syntactisch niveau van de boodschap; dat voor de kijker/lezer een ervarbare spanning wordt gecreëerd tussen de gangbare voorstelling van de realiteit en de subjectieve interpretatie van de bemiddeling, zodat manipulatie van inhoud en vorm voor de ontvanger duidelijk worden. De boodschap krijgt hierdoor een open karakter in de zin van een interne dialoog tussen 'objectieve weergave' en subjectieve interventie, die je [in de zin van Bertolt Brecht] verhalend of essayistisch zou kunnen noemen.

Dit houdt in dat het eenzijdig patriarchale karakter van de conventionele informatieoverdracht wordt ingevuld voor een radicaal andere publieksbenadering, die haar herkomst en visie niet onder stoelen of banken steekt. Een houding die niet alleen de communicatieve ficties van de officiële wereld ondermijnt, maar de lezer/kijker – al dan niet bewust – middels een open dynamische esthetiek en normatieve inhoudelijke keuzes uitgenodigt tot actieve interpretatie.

**Vernieuwing vraagt om betekenis**, zegt Walter Benjamin. Voor praktische intellectuelen in de media

It is against this background that the individual, subversive and poetic elements of the formal aesthetic level [syntax] must be extended to the level of content, that of meaning [semantics], because it is in this dimension that the spectacle falsifies the reality of life.

A second important point is that the manipulations of both producer and designer of the message should be kept visible within the message, by referring to accepted values and visual codes. This strategy aims to reveal the conditions of the production relations in the mediated display, and enables the message to be experienced as an argument – as an artificial product with an ideological background in the permanent debate on the conditions of social reality [pragmatics].

The answer to our discomfort about the public role of design then can no longer be sought within the means and methods at our disposal, but in the mentality with which we attempt to bring about social and cultural mobility – in the belief that the established communicative order in relation to the audience can be changed.

This brings me back to the dialectics between order and innovation – to that behaviour which constantly questions the structural elements of the symbolic order of which our cultural reality is made up. It should now be clear that I see these dialectics as essential to a critical position which aims to contribute to the socio-cultural improvement of our living environment.

This position must be understood to be a multi-layered form of behaviour, which breaches the existing conventions and relations of the three interrelated areas of the philosophy of language. It is a way of thinking and making which is no longer confined to the syntax, but is extended to the level of semantics and pragmatics – striving for an equal relationship with the addressees, that is for the nature of the message to be argumentative rather than spectacular and commodifying.

Such a view holds major consequences for both the structure of the message and for the relationship with the audience. The central precondition for this manner of communicating is that the 'subversive' way of dealing with the conventions is made explicit at the semantic and syntactic levels of the message. Thus, the addressee experiences a perceptible tension between the usual representation of reality and the subjective intervention; the encoder's mentality and

Interpretation become clear to the decoder, both at the level of content and at that of form. In this way, the message acquires an open character, in the sense of an internal dialogue between 'objective representation' and subjective intervention by the encoder, which might be called essayistic or epic [in the sense intended by Bertolt Brecht].

This means that the unidirectional patriarchal structure of the conventional communication process is disturbed, and that the message obtains an argumentative nature. By calling the communicative illusion of the official realm into question by means of a divergent aesthetic manipulation and a normative attitude as regards content, the spectator/reader is - consciously or unconsciously - invited to engage in active interpretation.

**Innovation calls for value**, wrote Walter Benjamin. What I think this means right now for practical intellectuals such as designers and architects is that we must be able, first and foremost, to position ourselves in both meaning and programme beyond the established interpretations of profession, commerce and state. This will offer us the opportunity to recognise and associate with oppositional initiatives and to create alternative spaces for information as part of the public sphere. A precondition for a non-authoritarian mentality is the awareness that politico-cultural criteria are indispensable to the truly independent formation of opinions. For me, this means that the idea of unrestricted communication is directly related to an orientation towards social emancipation. I see this in a historico-dialectic perspective, which enables me to choose - to take a moral stand according to the social relations of production and domination. What I am concerned with here is not a renewed belief in a totalised social alternative, but perhaps something more like a 'utopian schizophrenia', which by normative action attempts to create a public space within the late-capitalist conditions which helps to conquer the social erosion, without putting democracy at risk.

This is an ambivalent position, or as Benjamin Buchloh puts it: **It is a constant shift of modes from private to public interest, from the false intimacy of the home to the spectacular falsity of the public institute.** This ambivalence, however, in my opinion should be seized as a creative basis for action, because it seems that it is the only

als ontwerpers, documentairemakers en anderen betekent dat nu, denk ik, in de eerste plaats dat we in staat moeten zijn een programmatische en inhoudelijke positie te kiezen, die voorbij gaat aan de gevestigde interpretaties van de professie, de commercie en de staat. Dat verschaft ons de mogelijkheid tot herkenning en associatie met andere oppositionele initiatieven, en het creëren van alternatieve ruimtes voor communicatief handelen in de publieke sfeer. Uitgangspunt voor een niet-autoritaire mentaliteit is het bewustzijn dat politieke en culturele criteria onmisbaar zijn voor werkelijk onafhankelijke meningsvorming. Voor mij althans is het idee van onbeperkte communicatie direct verbonden met de oriëntatie op sociale emancipatie in een sociaal-historisch perspectief. Dat stelt me in staat te kiezen en een moreel standpunt in te nemen al naar gelang de sociale verhoudingen van productie en overheersing. Daarbij gaat het niet opnieuw om een geloof in een totaliserend maatschappelijk alternatief, maar meer om een 'utopische schizofrenie'; om een normatief handelen dat binnen de laat-kapitalistische voorwaarden probeert bij te dragen aan een publieke sfeer die helpt sociale erosie te voorkomen zonder de democratie in gevaar te brengen.

Dit is een ambivalente positie, of zoals Benjamin Buchloh zegt: **Het is een constant wisselen van vormen van privaat naar publiek belang, van de valse intimiteit thuis naar de spectaculaire valsheid van de publieke instelling.** Die ambivalentie moet, naar mijn idee, echter uitgangspunt zijn voor creatief handelen, omdat het er naar uitziet dat dit de enig overgebleven realistische positie is, nu we weten dat **de subversieve kracht van de eendimensionale alternatieven van de getotaliseerde kritiek [van de historische avant-garde bijvoorbeeld] niet langer effectief is.**<sup>3</sup>

Zo'n dynamisch uitgangspunt betekent overigens niet dat we het in de productie kunnen stellen zonder een oriënterend principe ten opzichte van de sociale omstandigheden. Het is onmogelijk je in te laten met de 'intensivering van de visuele communicatie' in de media vanuit de beschouwende reservaten van de onbezoedelde taal en de disciplinaire praktijk. Ook zij maken immers deel uit van dezelfde sociale werkelijkheid. Werkend in die realiteit vinden we onszelf steeds weer gevangen in het spanningsveld tussen individuele, corporatieve en publieke belangen; gedwongen een positie te bepalen en die tot uitdrukking te brengen in ons werk. Verbonden met de

geven. Wie echter meer wil zijn dan de conservator denken over het visuele van een beeld van de werkelijkheid dat we dagelijks meer en meer als onacceptabel ervaren, zal haar of zijn ambivalentie zichtbaar moeten maken, hoe bescheiden dat soms ook moet zijn.

Wat mij betreft gebeurt dat nog steeds het beste onder het motto van Romain Rolland, gebruikt door Antonio Gramsci voor het weekblad *L'Ordine nuovo*:

**het pessimisme van de intelligentie  
en het optimisme van de wil.**

realistic position left, now that we have found that the subversive power of the one-dimensional alternatives of totalised criticism [of the historical avant-garde, for example] is no longer effective.<sup>3</sup>

Such a dynamic position for production does not mean, however, that we can do without an orienting principle in relation to the social circumstances. It is impossible to deal with the 'intensification of communication' from the reserves of the observatory of undefiled language and disciplinary practice. They too are part of the same social reality. Working within this reality, we will constantly find ourselves caught in a field of tension between individual, corporate and public interests; obliged to position ourselves and make that clear in our product. In relation to the institutional interests of those who commission a work, a designer or architect may not always be able to adopt a radical expression of that position. However, anyone who wishes to be more than merely the curator of a concept of reality which we experience daily to be unacceptable will have to make this ambivalence visible, however moderate her or his interventions have to be. And as far as I am concerned it might as well be done under Romain Rolland's watchword which Antonio Gramsci used for the weekly *L'Ordine nuovo*:

**the pessimism of the intelligence,  
and the optimism of the will.**

Experimentation anticipates innovation. It is a reorientation discussing prevailing norms. Today, it should be a sceptical research in opposition to the images and needs manufactured by the hegemony of global economy and corporate culture. For design especially it is necessary to overcome the usual outcome of its mediation under these conditions, which turned to the shaping of entertainment in the form of individual comfort. Experimentation therefore should look for spaces outside the symbolic relief of market-connected

Reflexivity<sup>(experimentation)</sup> is not merely a production, circulation and consumption of goods and information. ~~General~~ matter of cognition or of ethics, but can no longer be found in other aesthetic or utilitarian rituals, but in the concrete also of aesthetics. Such aesthetic need for material and symbolic liberation, mobilising the forces of social ecology or hermeneutic reflexivity<sup>(in making or action)</sup>, against those of cultural domination. In search of the contradictions and in its interpretive relation to social divisions of everyday life, communicative design should contribute to oppositional conditions and the self, is active forms of public life, striving for a complex and more truthful exposure of the in production and consumption, in circumstances we live in. An investment that will force us to select other themes, critique and as a foundation for develop other programmes and other forms of manipulation of the ~~rockstar~~ ~~star~~ ~~series~~.

The role of the experimental

including the *New York post*, and 2/3 of the english national dailies

**community. More generally, the  
development of multiple forms of  
a modernizing reflexivity counters  
the postmodern dystopia favoured**

**by some analysts.**

Scott Lash, John Urry, 1994

The sort of 'economies of signs and space' that became pervasive in the wake of organized capitalism do not just lead to increasing meaninglessness, homogenization, abstraction, anomie and the destruction of the subject.

Another set of radically divergent processes simultaneously taking place. These processes may open up possibilities for the recasting of meaning in work and leisure, for the reconstruction of community and the particular, for the reconstruction of a transmogrified subjectivity, and for heterogenization and complexity of space and of everyday life. Scott Lash, John Urry, 1994

I am deeply convinced that creativity lies not in finding new material, but in the rearrangement of all that exists.  
Umberto Eco, 1995

Laws of thought never fit reality.  
Concepts need a strategy  
to be translated into action.  
Context and means shape the end too.  
Jan van Toorn, 1995

Important design emerges from contexts that encourage innovation and experiment. Good design is not simply the product of individuals graced with a miraculous talent. Designers are stimulated by schools, clients, companies, studios, colleagues, competitors and other social networks.  
Ellen Lupton, 1994

318

Visible Language 28.4

**The intermediary lays down the law. Mediation determines the nature of the message, there is a primacy of the relation over being. In other words, it is the bodies which think, not the minds. The constraint of incorporation produces corporations, which are these intermediary bodies and these institutions of knowledge, abided by norms and formulating norms, known as schools, churches, parties, associations, debating societies etc.**

– Régis Debray, 1994

**Criticism is not an innocent discipline,**  
and has never been.

..

The moment when a material or intellectual practice begins to "think itself", to take itself as an object of intellectual inquiry, is clearly of dominant significance in the development of that practice; it will certainly never be the same again. What thrusts such a practice into self-reflexiveness is not merely an internal pressure, but the complex unity it forms with adjacent discourses.

– Terry Eagleton, 1975/76

– Terry Eagleton, 1985

Valid critical judgement is the fruit not of spiritual dissociation but of an energetic collusion with everyday life.

Rupert Murdoch also owns: Fox entertainment group [including 20th century fox]; Fox tv [60 tv stations



# Lepain et la liberté

The given facts that appear ...  
as the positive index of truth are in fact the  
negation of truth.... Truth can only be established  
by their destruction.  
- Herbert Marcuse, 1941

Every professional practice operates in a state of schizophrenia, in a situation full of inescapable contradictions. So too communicative design, which traditionally views its own action as serving the public interest, but which is engaged at the same time in the private interests of clients and media. To secure its existence, design, like other practical intellectual professions, must constantly strive to neutralize these inherent conflicts of interest by developing a mediating concept aimed at consensus. This always comes down to a reconciliation with the present state of social relations; in other words, to accepting the world image of the established order as the context for its own action.

By continually smoothing over the conflicts in the production relationships, design, in cooperation with other disciplines, has developed a practical and conceptual coherence which has afforded it representational and institutional power in the mass media. In this manner it legitimizes itself in the eyes of the established social order, which, in turn, is confirmed and legitimized by the contributions which design makes to symbolic production. It is this image of reality, in particular of the social world, which, pressured by the market economy, no longer has room for emancipatory engagement as a foundation for critical practice.

Design has thus become imprisoned in a fiction which does not respond to factual reality beyond the representations of the culture industry and its communicative monopoly. In principle, this intellectual impotence is still expressed in dualistic, product-oriented action and thought: on the one hand there is the individual's attempt to renew the vocabulary - out of resistance to the social integration of the profession; on the other there is the intention to arrive at universal and utilitarian soberness of expression - within the existing symbolic and institutional order. Although the lines separating these two extremes are becoming blurred (as a consequence of post-modernist thinking and ongoing market differentiation), official design continues to be characterized by aesthetic compulsiveness and/or by a patriarchal fixation on reproductive ordering.

The social orientation of our action as designers is no longer as simple as that. We seem happy enough to earn

Designers must come to reflect upon the functions they serve, and on the potentially hazardous implications of those functions. In the 1930s, Walter Benjamin wrote that humankind's "self-alienation has reached such a degree that it can experience its own destruction as an aesthetic pleasure of the first order."

- Stuart Ewen, 1990

**... symbolic power does not reside in "symbolic systems" in the form of an "illocutionary force" but ... is defined in and through a given relation between those who exercise power and those who submit to it, i.e. in the very structure of the field in which belief is produced and reproduced.**

– Pierre Bourdieu, 1991

our living in blind freedom, leading to vulgarization and simplification of our reflective and critical traditions.

That is why it is time to apply our imaginative power once again to how we deal with communicative reality.

The job facing the cultural intellectual is therefore not to accept the politics of identity given, but to show how all representations are constructed, for what purpose, by whom, and with what components.

– Edward Said, 1993



(waarvan 22 in VS) en 188 dochters op vier continenten); Fox cable (waaronder National Geographic)

Symbolic productions represent the social position and mentality of the elites which create and disseminate them. As ideological instruments, they serve private interests which are preferably presented as universal ones. The dominant culture does not serve to integrate the ruling classes only, however; "it also contributes", as Pierre Bourdieu describes it, "to the fictitious integration of society as a whole, and thus to the apathy (false consciousness) of the dominated classes; and finally, it contributes to the legitimization of the established order by establishing distinctions (hierarchies) and legitimizing these distinctions."<sup>1</sup> Consequently, the dominant culture forces all other cultures to define themselves in its symbolism, this being the instrument of knowledge and communication. This communicative dependency is particularly evident in the "solutions" which the dominant culture proposes for the social, economic and political problems of what is defined as the "periphery" – of those who do not (yet) belong.

By definition, the confrontation between reality and symbolic representation is uncertain. This uncertainty has now become undoubtedly painful, since, as Jean Baudrillard puts it, the experience of reality has disappeared "behind the mediating hyperreality of the simulacrum." A progressive staging of everyday life that gives rise to great tension between ethics and symbolism, because of the dissonance between the moral intentions related to reality and the generalizations and distinctions of established cultural production.

For an independent and oppositional cultural production, another conceptual space must be created which lies beyond the destruction of direct experience by the simulacrum of institutional culture. The point is not to create a specific alternative in the form of a new dogma as opposed to the spiritual space of the institutions. On the contrary, the point is to arrive at a "mental ecology"<sup>2</sup> which makes it possible for mediating intellectuals, like designers, to leave the beaten path, to organize their opposition, and to articulate that in the mediated display. This is only possible by adopting a radically different position with respect to the production relationships – by exposing the variety of interests and disciplinary edifices in the message, commented on and held together by the mediator's "plane of consistency."<sup>3</sup>

1 Bourdieu, Pierre. 1991. *Language and Symbolic Power*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 163-170.

2 Guattari, Félix. 1993. "Postmodernism & Ethical Abdications," in *Profile*, 39. Australia Council for the Arts, 11-13.

3 Gilles Deleuze and Félix Guattari. 1987. *A Thousand Plateaus*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 506-508.

Make a map, not a tracing.... What distinguishes the map from the tracing is that it is entirely oriented towards an experimentation in contact with the real. The map does not reproduce an unconscious closed in upon itself; it constructs the unconscious. It fosters connections between fields, the removal of blockages on bodies without organs, the maximum opening of bodies without organs onto a plane of consistency.... The map is open and connectable in all of its dimensions; it is detachable, reversible, susceptible to constant modification.

– Gilles Deleuze and Félix Guattari, 1980

**For me, as a filmmaker, admitting that you are stammering, that you are half blind, that you can read but not write, is, in our everyday framework, to respond more honestly to this famous question of communication.**

SILVIO BERLUSCONI



There are two positions in the mass media. The first says that if something works, it is correct.... This idea is the enemy of our concept. On the other hand, you have a principle of authenticity. Enlightened narration accepts authenticity. I do not continually try to make general concepts that control the individual; rather I let something retain its own genuineness.... There follows from this a number of organizational principles.... In the structuring of a particular work, that is, in aesthetic method.

- Alexander Kluge, 1986/1987

Jan van Toorn

Opportunities for renewed engagement must be sought in initiatives creating new public polarities, according to Félix Guattari, in *"untying the bonds of language"* and *"[opening] up new social, analytical and aesthetic practices."*<sup>4</sup> This will only come about within the context of a political approach which, unlike the dominant neo-liberal form of capitalism, is directed at real social problems. If we are to break through the existing communicative order, this *"outside thought"*<sup>5</sup> should also reverberate in the way in which designers interpret the theme and programme of the client. In other words, the designer must take on an oppositional stance, implying a departure from the circle of common-sense cultural representation. This is an important notion, because the point is no longer to question whether the message is true, but whether it works as an argument – one which manifests itself more or less explicitly in the message, in relation to the conditions under which it was produced and under which it is disseminated.

Such activity is based on a multidimensional, complementary way of thinking with an essentially different attitude to viewers and readers. It imposes a complementary structure on the work as well, an assemblage which is expressed both in content and in form. The essence of this approach, however, is that, through the critical orientation of its products, the reflexive mentality raises questions among the public which stimulate a more active way of dealing with reality. In this manner it may contribute to a process which allows us to formulate our own needs, interest and desires, and resist the fascination with the endless fragmented and aestheticized varieties created by the corporate culture of commerce, state, media and "attendant" disciplines.

Not surprisingly, institutions and galleries are often resistant to products which question generally held opinions and tastes.... But the peculiar dialectics of consciousness, ... and given the relative lack of uniformity of interests within the culture industry and among its consumers, nevertheless promote the surfacing of such critical works.... With this modicum of openness, wherever suitable, the [galleries'] promotional resources should be used without hesitation for a critique of the dominant system of beliefs while employing the very mechanisms of that system.

– Hans Haacke, 1977

4

Guattari, Félix, 1993.  
"Postmodernism & Ethical  
Abdications," in *Profile*, 39.  
Australia Council for the  
Arts, 11-13.

5

Michel Foucault.

The more it becomes clear that architecture is a total impossibility today, the more exciting I find it. I have a great aversion to architecture in the classical sense, but now that this kind of architecture has become entirely impossible, I am excited to involve myself in it again .... It is indeed schizophrenic. Our work is a battle against architecture in the form of architecture.

– Rem Koolhaas, 1994

One should not look at cultural archetypes as timeless essences, but as the result of concrete social and economic relations. The specious illusions of harmony and unity in the bourgeois notion of culture should be destroyed first to expose what is in reality: a heap of rubbish of stereo-types and clichés, fragments that have piled against ruins.

– Walter Benjamin

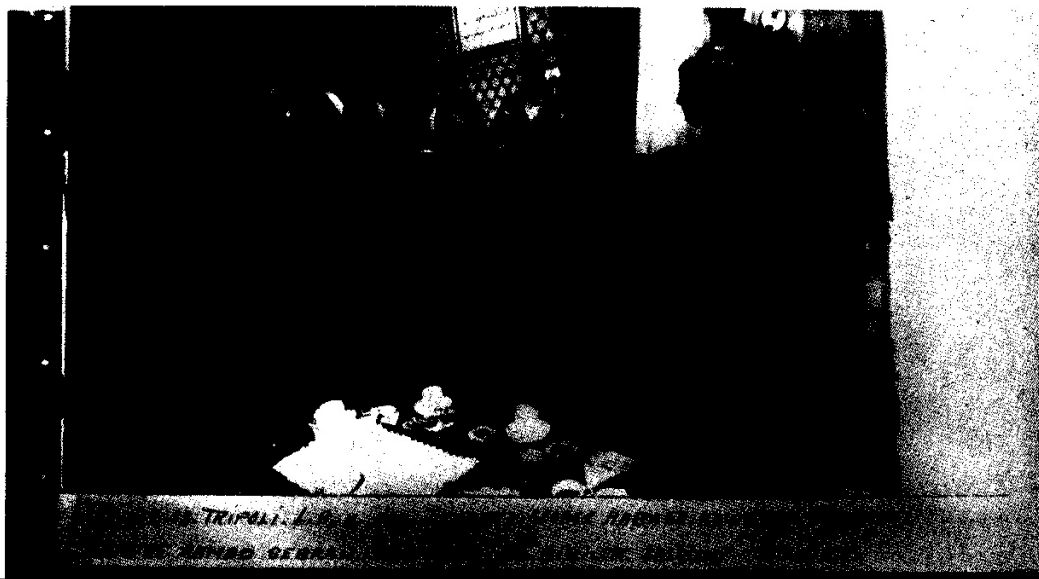
and mediocrity

Rupert Murdoch is eigenaar van 8 uitgeverijen [waaronder HarperCollins]

**... the control of representation and definition remains concentrated in the products and services of media-cultural combines. That control can be challenged and lessened only by political means. Theories that ignore the structure and locus of representational and definitional power and emphasize instead the individual's message transformational capability present little threat to the maintenance of the established order.**

– Herbert Schiller, 1989

1980



The challenge for anti-illusionist fictions is how to respect the fabulating impulse, how to revel in the joys of storytelling and the delights of artifice, while maintaining a certain intellectual distance from the story. The subversive pleasure generated by a Cervantes, a Brecht, or a Godard consists in telling stories while comically undermining their authority. The enemy to do away with, after all, is not fiction but socially generated illusion; not stories but alienated dreams.

– Robert Stam, 1992

Goal is to raise a critical attitude, raise questions about reality, curiosity.

– Gérard Paris-Clavel, 1994

Despite the symbolically indeterminable nature of culture, communicative design, as reflexive practice, must be realistic in its social ambitions. In the midst of a multiplicity of factors too numerous to take stock of, all of which influence the product, the aim is to arrive at a working method which produces commentaries, rather than confirming self-referential fictions. Design will have to get used to viewing substance, programme and style as ideological constructions, as expressions of restricted choices which only show a small sliver of reality in mediation. The inevitable consequence is that the formulation of messages continues to refer to the fundamental uneasiness between symbolic infinity and the real world.

This mentality demands a major investment in practical discourse in those fields and situations where experience and insight can be acquired through work. This is important not only because it is necessary to struggle against design in the form of design, echoing Rem Koolhaas' statement about architecture,<sup>6</sup> but also because partners are required with the same operational options. It is furthermore of public interest to acquaint a wider audience with forms of communication contributing to more independent and radical democratic shaping of opinion.

Moving from a reproductive order to a commenting one, operative criticism can make use of a long reflexive practice. All cultures have communicative forms of fiction which refer to their own fictitiousness in resistance to the established symbolic order. "*To this end*", Robert Stam writes, "*they deploy myriad strategies - narrative discontinuities, authorial intrusions, essayistic digressions, stylistic virtuositities. They share a playful, parodic and disruptive relation to established norms and conventions. They demystify fictions, and our naive faith in fictions, and make of this demystification a source for new fictions!*"<sup>7</sup> This behaviour alone constitutes a continuous "ecological" process for qualitative survival in social and natural reality.

6 Koolhaas, Rem. 1994. "De ontplooiing van de architectuur," in *De Architect*, 25. The Hague: Ten Haagen en Stam, 16-25.

7 Stam, Robert. 1992. *Reflexivity in Film and Literature: From Don Quixote to Jean Luc Godard*. New York: Columbia University Press, xi.

**Survival in fact is about the connections between things; in Eliot's phrase, reality cannot be deprived of the "other echoes [that] inhabit the garden". It is more rewarding - and more difficult - to think concretely and sympathetically, contapunctually, about others than only about "us."**  
- Edward Said, 1993

# Subversive pleasures

News corp [Murdoch] does its accounting in countries with low tax rates: an average of 6.1% in the 1990s

**La pain et la liberté.** Elke professionele praktijk opereert vanuit een schizofrenie, in een situatie met onontkoombare tegenstrijdigheden. Zo ook het ontwerpen, dat het eigen communicatief handelen traditioneel ziet als een publiek belang en zich tegelijkertijd engageert met de particuliere belangen van opdrachtgevers en media. Terwille van zijn bestaan moet het ontwerpen, net als andere praktisch intellectuele beroepen, deze inherente belangentegstellingen constant zien te neutraliseren door een op consensus gericht bemiddelend concept te ontwikkelen. Doorgaans komt dit neer op verzoening met de actuele maatschappelijke verhoudingen. Dat wil zeggen, op de acceptatie van het wereldbeeld van de gevestigde orde als context voor het eigen handelen.

Door het steeds verder gladstrijken van de conflicten in de productieverhoudingen heeft het ontwerpen, in samenwerking met andere disciplines, een praktische en conceptuele samenhang ontwikkeld die heeft geleid tot een representerende en institutionele macht in de massamedia. Daarmee legitimeert het zichzelf ten opzichte van de bestaande maatschappelijke orde, die op haar beurt wordt bevestigd en gelegitimeerd door het ontwerpaandeel in de symbolische productie. Dit beeld van de werkelijkheid, in het bijzonder van de sociale wereld, heeft onder druk van de markteconomie geen plaats meer voor een emancipatoir engagement als grondslag voor een kritische praktijk.

Het ontwerpen is hierdoor gevangen in een fictie die geen antwoord heeft op de feitelijke realiteit buiten de voorstellingen van de cultuurindustrie en haar communicatieve monopolie. Deze intellectuele onmacht drukt zich in eerste instantie uit in een productgericht dualistisch doen en denken:

enerzijds in het streven naar individuele vernieuwing van het vocabulaire uit verzet tegen de sociale integratie van de professie; anderzijds in de intentie te komen tot een universele utilitaire eenvoud binnen de institutionele orde. Ondanks het vervagen van de tegenstelling tussen deze twee uitersten [als gevolg van het postmoderne denken en de differentiatie van de markt] blijft het officiële ontwerpen gekenmerkt door 46 esthetische dwangmatigheden en patriarchale fixatie op reproducerende ordening. De sociale oriëntatie van ons handelen als

ontwerper is echter niet zo eenvoudig. Het lijkt er op dat we om den brode genoeg nemen met een blinde vrijheid die leidt tot vulgarisering en grove versimpeling van de reflexieve en kritische tradities. Het wordt daarom tijd dat we opnieuw verbeeldingskracht stoppen in onze omgang met de communicatieve realiteit.

#### Symbolische vormen zijn sociale vormen.

Symbolische producties representeren de maatschappelijke positie en mentaliteit van de elites die ze voortbrengen en verspreiden. Als ideologische instrumenten dienen ze particuliere interesses, die bij voorkeur worden voorgesteld als van universeel belang. De dominante cultuur dient echter niet alleen de integratie van de heersende groepen. Volgens Pierre Bourdieu, draagt ze ook bij aan de **fictieve integratie van de samenleving als geheel, aan de apathie [het valse bewustzijn] van de gedomineerde klassen; en bovendien aan de legitimatie van de bestaande orde door verschillen [hiërarchieën] te vestigen en die verschillen te legitimeren.**<sup>1</sup> Gevolg daarvan is dat de dominante cultuur alle andere culturen dwingt zichzelf te definiëren in haar symboliek, zijnde het instrument van kennis en communicatie. Die communicatieve afhankelijkheid blijkt vooral uit de 'oplossingen' van de heersende cultuur voor de sociale, economische en politieke problemen van wat wordt gedefinieerd als de 'periferie' – van hen die er [nog] niet bijhoren.

De confrontatie van werkelijkheid en symbolische voorstelling is per definitie twijfelachtig. Een twijfelachtigheid die vandaag ronduit pijnlijk is geworden omdat, zoals Jean Baudrillard het formuleert, de ervaring van de werkelijkheid is verdwenen **achter de gemediatiseerde hyperrealiteit van het 'simulacrum'.** Een voortschrijdende encensering van het dagelijks leven die grote spanning oproept tussen ethiek en symboliek door de tegenstrijdigheid tussen de met de realiteit verbonden morele intenties en de algemeenheden en verschillen van de gevestigde culturele productie. Voor een onafhankelijke en oppositionele culturele productie is het noodzakelijk een andere conceptuele ruimte te creëren, voorbij aan de vernietiging van de directe ervaring door het simulacrum van de institutionele cultuur. Daarbij gaat het niet om een specifiek alternatief in de vorm van een

nieuw dogma tegenover de spirituele ruimte

visible language. new perspectives 2.1994

van de instituties. Integendeel, het gaat veel meer om een **mentale ecologie**,<sup>2</sup> die praktisch intellectuelen, als ontwerpers, in staat stelt gebaande paden te verlaten, hun tegenspraak te organiseren, en uit te drukken in een bemiddelend visueel vertoon.

Dat is alleen mogelijk door een radicaal andere opstelling tegenover de productieverhoudingen door het zichtbaar maken van de veelheid van belangen en de disciplinaire regels en normen in de boodschap, becommentarieerd en bij elkaar gehouden door het **samenhangend niveau van de bemiddeling**.<sup>3</sup>

**Mythe en middelmaat.** De mogelijkheden voor een vernieuwd engagement moeten worden gezocht in initiatieven die nieuwe publieke polariteiten creëren, die **de banden van de taal openbreken en nieuwe sociale, analytische en esthetische praktijken ontsluiten**.<sup>4</sup> Dat kan alleen in het bredere kader van een 'politieke' benadering die in tegenstelling tot de dominante vormen van het kapitalisme op reële sociale problemen is gericht. Die **outside thought**<sup>5</sup> moet doorklinken in de manier waarop ontwerpers de thematiek en het programma van hun opdrachtgevers interpreteren, wil er sprake zijn van het doorbreken van de bestaande communicatieve orde. Met andere woorden, het gaat om een oppositionele houding van de ontwerper die inhoudt dat de cirkel van de algemeen gangbare culturele representatie wordt doorbroken. Dit is een belangrijke notie, omdat het er niet langer om gaat of een bericht waar is, maar of het werkt als argument: een argument, dat zich meer of minder expliciet laat zien in de boodschap ten opzichte van de culturele condities waaronder het wordt verspreid en geproduceerd.

Deze manier van doen is gebaseerd op een meerdimensionale, complementaire wijze van denken en een wezenlijk andere houding tegenover kijkers en lezers. Ze leidt tot een samengestelde structuur van het werk, tot een assemblage die zowel in inhoud als vorm tot uitdrukking komt. Het belangrijkste aan die opstelling is echter dat de reflexieve mentaliteit door de kritische oriëntatie van haar producten, bij het publiek vragen oproept die aanzetten tot interactie met de realiteit. En mogelijk daardoor een bijdrage levert aan een proces dat ons in staat stelt onze eigen behoeften, verlangens en belangen te formuleren in verzet tegen de eindeloos

gefragmenteerde en geësthetiseerde variaties aangeboden door de ondernemerscultuur van handel en dienstverlenende disciplines.

**Subversief plezier.** Ondanks de symbolische onbestemdheid van de cultuur moet het ontwerpen als reflexieve praktijk realistisch zijn in haar sociale ambities. Temidden van een niet meer te inventariseren veelheid van factoren die het ontwerp beïnvloeden, moeten we tot een werkwijze komen die commentaren produceert in plaats van bevestigende, aan zichzelf refererende ficties. Het ontwerpen zal er aan moeten wennen inhoud en vorm te zien als morele constructies, als uitdrukking van door het moment en omstandigheden bepaalde keuzes, die in de bemiddeling maar een klein deel van de werkelijkheid laten zien. Met als onvermijdelijk gevolg dat de formulering van boodschappen blijft verwijzen naar het fundamentele ongemak tussen symbolische oneindigheid en de feitelijke wereld.

Deze mentaliteit vraagt een grote investering in het praktische discours op gebieden en in situaties waar al werkend ervaring en inzicht worden opgebouwd. Dat is niet alleen belangrijk omdat [vrij naar Rem Koolhaas<sup>6</sup>] een strijd nodig is van het ontwerpen tegen het ontwerpen, maar ook omdat er medestanders nodig zijn met gelijke operationele opties. Bovendien is het van algemeen belang dat een groter publiek kennis maakt met vormen van communicatie die gericht zijn op onafhankelijke en democratische meningsvorming.

Onderweg van een reproducerende naar een becommentariërende orde kan de operationele kritiek teruggrijpen op een lange reflexieve praktijk. In alle culturen bestaan vormen van fictie die, uit verzet tegen de gevestigde symbolische orde, naar hun eigen fictionaliteit verwijzen. **Daartoe gebruiken ze, schrijft Robert Stam, een oneindige hoeveelheid strategieën: verhalende discontinuïteit, interrupties door de auteur, essayistische breedsprakigheid en stilistische virtuositeit. Ze delen een speelse, parodiërende en ontwrichtende verhouding tot gevestigde normen en conventies. Ze demystificeren ficties en ons naïeve geloof in ficties, en maken van die demystificatie een bron van nieuwe ficties.**<sup>7</sup> Alleen zo een gedrag ontwikkelt een continu 'ecologisch' proces voor kwalitatief overleven in de sociale en natuurlijke realiteit.

[...] there is already under way a massive centralization of control through the [de facto or de jure] unification of the major elements of the information and communication power structure: Hollywood, Microsoft, IBM, AT&T and so forth. The new communication technologies, which hold out the promise of a new democracy and new social equality, have in fact created new lines of inequality and exclusion, both within the dominant countries and especially outside them.\*



creëerde een mediaconcern dat 70% van de spaanstalige reclameopbrengsten in de VS genereert

Design beyond design. 1997



daily bread



Vivendi universal [Vivendi and Seagram], the european response in 2002 to the merger of Aol and Time warner [US],

\*Michael Hardt &  
Antonio Negri, *Empire*.  
Cambridge & London,  
2000

[...] er is inmiddels een massale centralisering

van controle aan de gang door de [de facto of de jure] eenmaking van de belangrijkste elementen van de informatieve en communicatieve machtsstructuur: Hollywood, Microsoft, IBM, At&T, enzovoort. De nieuwe communicatietechnologieën, die de belofte van een nieuwe democratie en een nieuwe sociale gelijkheid in het vooruitzicht stellen, hebben in feite nieuwe grenzen van ongelijkheid en uitsluiting geschapen, in de dominerende landen maar vooral daarbuiten.\*

Er bestaan veel soorten van denken buiten het

communicatief ontwerpen: een sociale praktijk

gespecialiseerde, zo u wilt, verheven denken van de filosofie. Bijvoorbeeld politiek-denken, voetbal-denken, alledaags-denken enzovoort. Dus ook design-denken. Design-denken, het denken van ontwerpers, hangt sterk samen met de praktijk. Het steelt uit het werk van denkers en uit het denken van andere vakgebieden, of vindt zijn materiaal op straat en in de media. Het ontstaat uit de behoefte de maatschappelijke rol van het vak te begrijpen en dient voor alles voor het ontwikkelen en bijstellen van strategieën en methoden die praktisch nut hebben. Daarnaast kun je, zeker internationaal gezien, spreken van een reflexieve traditie in het ontwerpen. Maar vanwege de betrekkelijk jonge leeftijd van het vak is het moeilijk om een vergelijking te maken met bijvoorbeeld het architectonisch denken en de architectuurkritiek.

Communicatief ontwerpen kan niet los worden gezien van de ervaring en tradities van het maken en kan in geen geval worden beperkt tot vormoplossingen voor conceptuele problemen [zoals veel ontwerpers zo lang hebben gedacht]. Daarom herinner ik u er aan dat ik voor alles een maker ben — iemand van de praktijk die probeert het 'hoe' van het maken onder de knie te krijgen, maar ook tracht inzicht te verwerven in 'wat' het betekent om te werken in een samenleving die beheerst wordt door de productieverhoudingen en culturele uitwisseling van een radicaal-kapitalistische economie.

Mijn verhaal bestaat uit vier delen:

- Het eerste is een poging de wereld op een andere manier in kaart te brengen dan door middel van gangbaar design-denken. Het gaat over de condities van de **reëel existerende democratie**<sup>1</sup> en de consequenties die een visuele journalistiek met een emancipatorische agenda daar, volgens mij, uit moet trekken.

- In deel twee zeg ik iets over de politieke dimensie van het werken in de cultuurindustrie; over de opgewekte orthodoxie van de informatie-economie en de noodzaak van een realistische benoeding in samenhang met de introductie van een cultureel-politieke agenda gericht op publieke meningsvorming en participatie.

- Deel drie betreft het operationeel maken van de mediakritiek en de strategieën en tactieken die binnen de opdracht ruimte creëren voor dissident gedrag in verband met de 'onderhandelende' positie van de ontwerper als cultureel producent.

- En deel vier gaat over de omgang met vorm op basis van een meerdimensionale agenda en over maken als een dialogisch gebruik van beeldende middelen.

Deel 1. Het in kaart brengen van de wereld, ofwel,

There are many kinds of thought besides specialised, or if you like elevated philosophical thought. Take political thinking, football thinking, everyday thinking, and so on. So there is a design thinking as well. Design thinking, how designers think, is closely connected with practice. Besides, it steals from the work of thinkers and from the thinking of other disciplines, or it finds its material in the street and in the media. It arises from the need to establish the social role of the discipline and serves primarily to develop and justify strategies and methods that have a practical purpose. In addition, speaking internationally, you could certainly refer to a reflexive tradition in design, although the relative youth of the discipline makes it difficult to draw a comparison with for instance architectural thinking and architectural criticism.

Communication design cannot be detached from the experience and traditions of making, and can certainly not be reduced to form-related solutions to conceptual problems [as many designers believed for so long]. Therefore I would like to remind you that I am a maker above all else — a practitioner who tries to tackle the 'how' of the making, but also wants to grasp 'what' it means to work in a society that is dominated by the relations of production and cultural exchange of a radical capitalist economy.

I have broken my story down into four parts:

- The first is an attempt to chart the world in other terms than those of conventional design thinking. It is about the conditions of the **really existing democracy**<sup>1</sup> and the consequences that I believe must be drawn from that by a visual journalism with an emancipatory agenda.

- In the second part I say something about the political dimension of working in the culture industry; about the cheery orthodoxy of the information economy and the need for a realistic approach, in connection with the introduction of a cultural political agenda aimed at public opinion-forming and participation.

- Part three is concerned with the operationalisation of the critique of the media; about the strategies and tactics which create space for dissident behaviour within the commission, in connection with the negotiating position of the designer as cultural producer.

- The fourth part is concerned with how to deal with form on the basis of a multi-dimensional agenda and about making as a dialogic use of visual means.

<sup>1</sup> Danilo Zolo, *Democracy and complexity: a realist approach*. Oxford, 1992

**Part one. Mapping the world, or rather, trying to understand the world in a broader and deeper way - about the conditions of 'the really existing democracy' and its consequences for a visual journalism with emancipatory intentions.**

Capitalist culture organises the people as buyers of commodities and services. The same economic and techno-scientific development has also transformed information and knowledge into commodities. Through growing commercialization and consolidation, the corporate conglomerates of the communication and culture industry have created a global public sphere which does not offer any scope for discussion of the social and cultural consequences of the 'free flow of information' dominated by them - let alone of democratic control of their activities or participation.

The fusion of trade, politics and communication has brought about the spectacular but onedimensional character of our symbolic environment, that is at least as menacing as the pollution of the natural environment. We are experiencing the worldwide phenomenon in which all forms of communicative interaction, both in language and action, are made uniform and superficial. This is partly due to the lack of a critical attitude to the socio-cultural conditions of professional mediation by which the use of language and the methods of the operational critique as an opportunity to see the world in terms of multidimensionality and change have been lost. What we have been left with is a political and cultural action that replaces reality by the virtual. The inevitable difference between the reality of existence and the representation of it disappears in a conflict-free staging, design - a bombardment of fragmentary impressions that is so fascinating that as consumers and citizens we are hardly concerned with the reality behind the images and messages of the culture industry at all. **Design paralyzes the imagination by taste**, as Susan Buck-Morss says, **taking the transformation of taste as a transformation of social life.**<sup>2</sup> Its most far-reaching consequence is undoubtedly a political neutrality that is at odds with the functioning of an open and democratic political system.

**History is being increasingly written in terms of design... Design in the future can become identical with history, history with design**, Gert Selle says.<sup>3</sup> It is as if the attractive design of messages becomes more necessary as the cultural and

een poging de wereld op een bredere en diepgaander manier te begrijpen - over de condities van de 'reëel existierende democratie' en de consequenties daarvan voor een visuele journalistiek met emancipatorische bedoelingen.

De kapitalistische cultuur organiseert de bevolking als kopers van goederen en diensten. Dezelfde economische en technisch-wetenschappelijke ontwikkeling heeft ook kennis en informatie tot koopwaar gemaakt. De conglomeraten van de cultuur- en communicatie-industrie hebben door groeiende commercialisering en consolidatie een wereldwijde publieke sfeer gecreëerd, die geen enkele ruimte laat voor discussie over de door hen gedomineerde 'free flow of information' - laat staan over democratische controle op hun activiteiten of participatie.

Het samengaan van handel, politiek en communicatie heeft een spectaculair maar eendimensionaal karakter van de symbolische omgeving opgeleverd, dat zeker zo bedreigend is als de vervuiling van het natuurlijke milieu. We beleven een mondiale uniformering en vervlakking van alle vormen van communicatieve interactie, zowel van taal als van het handelen. Dat komt voor een deel door het gebrek aan een kritische houding van de professionele bemiddeling ten opzichte van de sociaal-culturele voorwaarden, waardoor het taalgebruik en de methodiek van de operationele kritiek verloren zijn gegaan als een mogelijkheid de wereld te bekijken in termen van meerdimensionaliteit en verandering. Overgebleven is een politiek en cultureel handelen dat de werkelijkheid vervangt door virtualiteit. Het onvermijdelijke verschil tussen de realiteit van het bestaan en onze voorstelling daarvan verdwijnt in een conflictloze inscenering: design, een bombardement van fragmentarische indrukken dat zo fascinerend is dat we ons als consument en burger nauwelijks nog bezighouden met de realiteit achter de beelden en boodschappen van de cultuurindustrie. **Design verlamt de verbeelding door smaak**, zegt Susan Buck-Morss, **door de verandering van smaak te accepteren als een verandering van het sociale leven.**<sup>2</sup> Het meest ingrijpende gevolg daarvan is ongetwijfeld een politieke neutraliteit die op gespannen voet staat met het functioneren van een open en democratisch politiek bestel.

**Geschiedenis wordt steeds meer geschreven in de termen van het design... In de toekomst kan design identiek worden aan geschiedenis, geschiedenis aan design**, zegt Gert Selle.<sup>3</sup> Het lijkt er op dat de attractieve opmaak van boodschappen noodzakelijker wordt naarmate de culturele en ecologische

<sup>2</sup> during conference  
The politics of the  
visual culture of  
contemporary cities.  
Maastricht, 1996

<sup>3</sup> Gert Selle,  
Geschichte des  
design in Deutschland.  
Frankfurt & New York,  
1997

risico's onder druk van de markt toenemen. Design communication design: a social practice is belangrijker dan ooit. Het speelt een cruciale rol in de droomwereld van de consumptie en heeft daardoor een grote invloed op de individuele en collectieve identiteiten van de culturele massamarkt, die de gevolgen en ongerijmdheden van de wereldwijde ondernemerscultuur camoufleren.

Ontwerpen, evenals andere vormen van professionele bemiddeling, dankt zijn succes aan de door industrie en overheid bevorderde economische en technisch-wetenschappelijk ontwikkeling. Dat heeft alles te maken met het aandeel van het ontwerpen in de organisatie van de productie, maar vooral met de creatie van beelden en visuele prikkels in de media die essentieel zijn voor de afzet van goederen, diensten, informatie en amusement. Het communicatief ontwerpen coördineert zo een belangrijk deel van de virtuele integratie van de consument in de maatschappelijke regelmechanismen van de markt, de dienstverlening en de politiek. Het creëert en onderhoudt de symbolische samenhang tussen de machtsstructuren en onze ervaring van de realiteit.

Het engagement met het private belang dat noodzakelijk was voor dit succes, heeft zijn sporen nagelaten in het historisch en sociaal bewustzijn van ontwerpers en andere beeldproducenten. Samenwerking met instituties en aanpassing aan hun structuur heeft tot een ideologische accommodatie geleid, die zich uitdrukt in een gebrek aan inzicht in de sociale rol van het vak en een visuele bemiddeling die hoofdzakelijk is georiënteerd op organisatorische, technologische en formeel esthetische kwesties. Het is niet afvragen van je sociale verantwoordelijkheid echter betekent overgave aan een bedrijfscultuur die het ontwerpen in een 'ondernemers-esthetiek' manoeuvreert, omdat zij alle middelen voor ons levensonderhoud controleert. Ontwerpen, meer en meer gezien als autonome activiteit, functioneert op die manier als een esthetische legitimatie van de heersende ideologie.

Omdat ontwerpen steeds vaker het gevolg is van de op elkaar inspelende krachten van de markt, is de 'vrije wil' van de individuele ontwerper een dubieuze kwestie geworden. Desondanks hangen ontwerpers en designcritici nog altijd een idee aan over het ontwerpen dat design interpreteert als het werk van een zelfstandige creatieve auteur. Zij zijn zo geobsedeerd door de buitenkant van het ontwerp dat de complexiteit van hun handelen in de productie, distributie en consumptie wordt gereduceerd tot een soort gedecoreerd paasei. Hoewel je natuurlijk, zoals Hein van Haaren, de esthetisch adviseur van de nederlandse Ptt in de jaren zestig, het ontwerpen als

ecological risks increase under the pressure of the market. Design is more important than ever. It plays a crucial role in the dream world of commodities, and becomes thereby a major influence on the individual and collective identities of the cultural mass market that camouflage the consequences and inconsistencies of the worldwide entrepreneurial culture.

Design, like other forms of professional mediation, owes its success to the economic and techno-scientific development promoted by industry and government. This is connected with its share in the planning of production, but even more with the creation of images and visual stimuli in the media which are essential to the retail of products, services, information and entertainment. Communication design thereby coordinates an important part of the virtual integration of the consumer in the social regulatory mechanisms of the market, politics and services. It creates and maintains the symbolic connection between the power structures and our experience of reality.

The engagement with private interests that was necessary for this success has left its mark on the historical and social awareness of designers and other image producers. Cooperation with institutions and adaptation to their structures has resulted in an ideological accommodation, expressed in a lack of insight into the social role of the profession and a visual mediation which is primarily articulated in organisational, technological and formal aesthetic terms. Not questioning social responsibilities, however, implies that you surrender to a corporate culture that, because it possesses all our means of survival, manoeuvres design in an 'entrepreneurial aesthetics'. Design, often regarded as autonomous activity, thereby functions as an aesthetic legitimization of the dominant ideology.

Because design is increasingly the result of interactive market forces, the 'free will' of the individual designer is hardly called into question either. Despite this, many designers and design critics still adhere to an idea of design that interprets design as the work of an independent creative author. They have become so obsessed by the outside of the design that the complexity of their action in production, distribution and consumption is reduced to the order of the decorated egg. Of course, you can follow the aesthetic advisor to the dutch postal service in the sixties Hein van Haaren, in seeing design as inevitably decorative, but its tradition, like that

of architecture, proves that its influence on culture – in both an innovative and a conservative sense – goes considerably further and is certainly less unequivocal.

The fiction of individual authorship and the attention to a formal aesthetic, based upon a sceptical distance from its own socio-cultural significance, have apparently safeguarded design for the last twenty-five years, or longer, from alternative ideological choices and communicative strategies. That is why designers today have a better understanding of the formal versus the public modes of the functioning of communication. The social awareness of design, in the sense of cultural politics, has therefore become even more non-committal. Design interprets less and less: it is there for a moment, and disappears as fast as it came. In spite of the honour at stake in coming up with a brilliant design, design is participating less and less in real life and becoming more and more an effect.

At the same time, however, the complexity and changing labour relations of the changing technologically dominated 'information revolution' compel visual producers to assume editorial and directional responsibilities which entail their confrontation with uneasy questions about choices related to content and quality of their public engagement – about the what and the how of symbolic production. I therefore believe that what Michael Speaks has said about architecture applies to design as well: **For too long architecture has been content to simply represent its milieu; it must again take the responsibility for changing it, transforming it. This can only be done, however, when architecture refuses moralism, with its focus on good/evil and negativity, and turns to ethics, to affirmation, and pragmatic consideration of what is good and what is bad, what sustains and what inhibits life.**<sup>4</sup>

I would like to join with you in considering what such a pragmatic approach means. It seems crucial to me that we pay attention not only to a critical analysis of the economic, social and cultural circumstances in which we work, but also to the limitations of the disciplinary methods and aesthetics that determine the form of our messages. As Susan Buck-Morss has put it: **We have to work through the shambles to rescue and create new images, concrete examples, that are at the same time symbols exposed in the material**

onvermijdelijk decoratief kunt zien bewijst de geschiedenis van het ontwerpen net als die van de architectuur, dat zijn culturele invloed – in conservatieve en progressieve zin – aanzienlijk verder gaat en bepaald minder eenduidig is. De fictie van individueel auteurschap en de aandacht voor formele esthetiek gebaseerd op een sceptische distantie ten opzichte van de eigen sociaal-culturele betekenis, hebben het ontwerpen de laatste vijftien-twintig jaar of langer ogenschijnlijk gevrijwaard van alternatieve ideologische keuzes en communicatieve strategieën. Daarom begrijpen ontwerpers tegenwoordig de formele kant van hun communicatief functioneren beter dan de publieke kant. Het sociale bewustzijn van het ontwerpen in cultuur-politieke zin is grotendeels verdwenen. Het ontwerpen interpreteert steeds minder: het is er even, en het is net zo gauw weer weg. Ondanks de eer die er te behalen valt met een briljant ontwerp, heeft het ontwerpen steeds minder te maken met het werkelijke leven; is het steeds meer een effect.

Tegelijkertijd echter dwingen de complexiteit en veranderende arbeidsverhoudingen van de technologisch gedomineerde 'informatierevolutie', visuele producenten redactionele en regisserende verantwoordelijkheden op zich te nemen die hen confronteren met ongemakkelijke vragen over de inhoud en kwaliteit van hun publiek engagement – over het wat en hoe van hun symbolische praktijk. Daarom geldt, denk ik, wat Michael Speaks heeft gezegd over de architectuur ook voor het ontwerpen: **De architectuur is te lang tevreden geweest met het simpelweg representeren van haar milieu; zij moet weer verantwoordelijkheid nemen voor het veranderen ervan, voor haar transformatie. Dat kan echter alleen als de architectuur afziet van moralisme met z'n fixatie op goed en kwaad en negativiteit, en zich richt op ethiek, zich positief opstelt en pragmatisch afweegt wat goed en wat slecht is, wat het leven onderhoudt en wat het onderdrukt.**<sup>4</sup>

<sup>4</sup> lecture at the Berlage institute, Amsterdam, 1997

Ik wil graag met u bekijken wat zo'n pragmatische benadering betekent.

Het lijkt me cruciaal dat we niet alleen aandacht besteden aan een kritische analyse van de economische, sociale en culturele omstandigheden waarin we werken, maar ook aan de beperkingen van de disciplinaire methodieken en esthetiek die de vorm van onze boodschappen bepalen. Of, zoals Susan Buck-Morss heeft gezegd: **We moeten ons door de rotzooi heen werken om beelden te redden en nieuwe te maken, concrete voorbeelden die tegelijkertijd symbolen zijn in de materiële wereld; geen symbolen om te ontsnappen aan ervaring, als een technisch-esthetische droomwereld.**<sup>2</sup>

In ontwerperskringen wordt zo'n houding vaak als communicatief ontwerpen: een sociale praktijk onnodig zwaarwichtig afgedaan. Voor mij is het beroep eigenlijk altijd alleen interessant gebleven juist vanwege z'n sociaal-culturele betekenis. Ik herken mijzelf dan ook in wat Pierre Bourdieu hierover heeft gezegd: **Mensen denken spontaan dat diepgaand of serieus zijn vervelend en onaantrekkelijk is. Ik denk, dat de analyse van onbewuste opvattingen van intellectueel werk tegelijkertijd een energiek genoegen en een symbolische energie kan vrijmaken.**<sup>5</sup>

Het tweede deel van mijn verhaal gaat over de politieke dimensie van het werken in de cultuurindustrie; over intellectuele bemiddeling onder invloed van de informatie-economie en de gemankeerde belofte van de democratie.

Het merendeel van de politieke macht wordt uitgeoefend door onzichtbare netwerken. De politiek is grotendeels verdwenen in de economische en technisch-wetenschappelijke systemen van de neocorporatieve oligarchieën van overheid, dienstensector en handel. Gevolg daarvan is een toenemende discrepantie tussen het bereik van de politiek en de moraal, tussen de representatie van de samenleving in de media en de realiteit van het dagelijks leven.

Sommige langetermijntontwikkelingen zijn echter zo overduidelijk, dat het niet moeilijk is een programma op te stellen van problemen die prioriteit hebben. Een nieuwe agenda is daar helemaal niet voor nodig, omdat deze problemen al eeuwen bestaan en nog altijd op een oplossing vragen. Maar een verborgen, diepgaand en wijdverspreid conservatisme verstikt de autonomie en de tegenstellingen van de politieke discussie en heeft daarmee het moderne ideaal van de agora, van de publieke sfeer als arena voor politieke bewustwording en besluitvorming, om zeep geholpen. Om opnieuw inhoud te geven aan de onvervulde belofte van democratie in de zin van emancipatie en participatie moeten er nieuwe impulsen komen voor politieke meningsvorming. Impulsen, die voorbij gaan aan de universele claim van de politieke partijen en de instituties. Een van de belangrijkste, zo niet de belangrijkste voorwaarde daarvoor is een publieke sfeer waarin het politieke debat over de maatschappelijke prioriteiten wordt gevoed door opvattingen die zich op een dissidente manier verhouden tot geschiedenis en cultuur.

Dit houdt in dat er geïnvesteerd moet worden in de media als sociale ruimte door het politieke debat over rechtvaardiger en betere levensomstandigheden te radicaliseren. In dat geval zou de publieke sfeer niet alleen weer ruimte krijgen voor afwijkende perspectieven, maar ook voor de cognitieve en

**world; not symbols to escape from experience, as a techno-aesthetic phantasmagoria.**<sup>2</sup>

An approach of this kind is often regarded as heavy-handed in design circles. For me, the profession has always retained its interest precisely because of its significance in the socio-cultural context. I can therefore empathize more with what Pierre Bourdieu has said about this: **People spontaneously think that being serious or profound is boring or unattractive. I think that an analysis of unconscious views of intellectual work could liberate the energy of pleasure and, at the same time, the symbolic energy.**<sup>5</sup>

The second part of my talk is about the political dimension of working in the culture industry. It is about intellectual mediation under the influence of the information economy and the failed promise of democracy.

Most political power is exercised by invisible circles. Politics has largely disappeared in the economic and techno-scientific systems of the neo-corporative oligarchies of government, commerce and the service industries. This has resulted in a growing discrepancy between the scope of politics and morality, between the representation of society in the media and its everyday reality.

Some long-term trends, however, are so patently clear that it is not difficult to draw up a programme of priorities. There is certainly no need for a new agenda, since they are priorities which have been in existence for centuries and which still require a solution. But a latent, profound and widespread conservatism stifles the independence and contradictions of political discussion, and has thereby put an end to the modern ideal of the agora, of the public sphere as the arena for political consciousness and decision-making. If new content is to be given to the unfulfilled promise of democracy in the sense of emancipation and participation, there must be new impulses for forming of political opinion - impulses that go beyond the universal claim of the political parties and institutions. One of the most important conditions, if not the most important one, is the existence of a public sphere in which the political debate on social priorities is enriched by positions that articulate views that relate to history and culture in a dissident way. This means that we need investments in the media as a social space through the radicalisa-

<sup>5</sup> Pierre Bourdieu & Hans Haacke, *Free exchange*. Stanford, 1995

tion of the political debate about more equitable and better conditions of life. In that case, the public sphere would once again get room not only for different perspectives but also for cognitive and affective processes that, independent of institutional and disciplinary order, play a role in how we interpret what we experience.

This thesis has nothing to do with a romantic longing for the ideal of the bourgeois liberal public sphere. It is a reaction to the curtailment of our liberties by the power of the neo-liberal oligarchies and their subsystems, which constitute a serious threat to both the public dimension of social experience and the space of individual autonomy. It is a plea for a pragmatic approach which makes it possible to live and work without the moralism of a total vision, to be free from representative dogmas, but without abandoning the hope of social improvement. It is not an attempt to continue the totalizing utopian tradition, as is often supposed, or another theoretical model in the classical sense. On the contrary, it tries to break out of those moulds by means of a constructive social responsibility, in which it is possible to allocate space again to the old notions of social equity and emancipation.

In my view design can play an important role in this development because of its directive function in image production, if it seriously reintroduces the forgotten socio-cultural agenda into its thinking and acting. This implies a plural-dimensional view of the world that is wider than the present one – one which goes beyond the dilemmas of modernist thought that have arisen in practice. Both intellectually and artistically, design will have to free itself from one-dimensionality and from oppositions like the supposed animosities between head and heart, text and image et cetera. It is inconceivable that they can still serve us as meaningful tools for our symbolic relation to the complexities of life. As Edward Said says: **It is time that we stopped looking at reality from an either/or position, reducing reality to fixed dialectical oppositions, and started to accept multi-dimensionality as the matrix for our thoughts and actions.**<sup>6</sup>

We shall have to get used to a more complex cartography as an operative and down-to-earth ordering principle: to a map in which the semantic, syntactic and pragmatic elements must be related again to the real modes of the functioning of communication, to the social,

gevoelsmatige processen die onafhankelijk van de institutionele en disciplinaire orde, een rol spelen bij de interpretatie van onze ervaring. Die opstelling heeft niets te maken met een romantisch verlangen naar het ideaal van de burgerlijk-liberale publieke sfeer. Het is een reactie op de beperking van onze vrijheden door de macht van de neoliberale oligarchieën en hun subsystemen, die zowel de publieke dimensie van de maatschappelijke ervaring als de ruimte van de individuele autonomie ernstig bedreigen. Het is een pleidooi voor een pragmatische opstelling die het mogelijk maakt te leven en te werken zonder het moralisme van een totale visie en vrij te zijn van representatieve paradigma's – zonder de hoop op maatschappelijke verbetering op te geven. Geen poging dus om de totaliserende utopische traditie voort te zetten, zoals vaak verondersteld, of een onder theoretisch model in klassieke zin in te voeren. Integendeel, ze probeert te ontsnappen aan die sjablonen door een constructieve cultuurpolitieke benadering, die het mogelijk maakt de oude noties van sociale rechtvaardigheid en bevrijding opnieuw een plek te geven.

Vonwege zijn regisserende functie in de beeldende productie kan het ontwerpen een belangrijke rol vervullen in die ontwikkeling. Voorwaarde daarvoor is dat het de vergeten sociaal-culturele agenda weer serieus introduceert in zijn denken en doen. Dat houdt een meerdimensionaler kijk op de wereld in dan het ontwerpen nu meestal heeft. Een visie die voorbij gaat aan de in de praktijk ontstane dilemma's van het modernistische denken. Het ontwerpen zal zich intellectueel en artistiek moeten bevrijden van de eenduidigheid en tegenstellingen van begrippenparen, zoals de vermeende animositeit tussen hoofd en hart, tekst en beeld enzovoort. Het is niet voorstelbaar dat die nog zinvol gereedschap zouden zijn voor het vernieuwen van onze symbolische relatie met de complexiteit van het leven. **Het wordt tijd, zoals Edward Said zegt, dat we de realiteit niet langer zien vanuit een of/of opstelling die de realiteit reduceert tot gefixeerde dialectische tegenstellingen, en beginnen meerdimensionaliteit te accepteren als de matrix voor ons denken en doen.**<sup>6</sup>

<sup>6</sup> interview during Documenta x. Kassel, 1997

We zullen moeten wennen aan een meer complexe cartografie als een nuchter operatief orderingsprincipe: aan een kaart waarin de semantische, syntactische en pragmatische elementen weer in verband worden gebracht met de reële vormen van het functioneren van communicatie, met de sociale, economische, politieke en symbolische aspecten van visuele communicatie.

lijk. De hamvraag voor een kritische visuele communication design: a social practice productie is daarom of ze de bestaande situatie doorziet en in hoeverre dat leidt tot een opstelling die aanleiding is tot een praktijk waarin de genoemde aspecten bewust of intuïtief een rol spelen. Met andere woorden, ze moet de voorwaarden scheppen voor het introduceren van een methodiek die zinvoller verbanden met de realiteit legt. Dat komt neer op een mentaliteit die het praktische en het ideële op zo'n manier weet te combineren, dat de visuele bemiddeling in staat is de mythen van de massamedia herkenbaar te maken als mythe – hun betovering weet te doorbreken **door in haar esthetiek een politieke positie in te nemen.**<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Roemer van Toorn, 'Sir, your coat is ringing', *Citylife: essays on urban culture*. Maastricht & Amsterdam, 1997

Intellectuele bemiddeling heeft hoe dan ook een pragmatische verhouding tot de condities van maatschappij en productie. Als makelaar is ze onmiddellijk gebonden aan de interpretatie van de boodschappen waarmee ze haar geld verdient. Ook visuele bemiddeling ontsnapt niet aan de hegemonie van operaties die de identiteit van bijzondere en universele informatie bepaalt. Precies op dit punt mag van een kritisch ingestelde ontwerper een bewust ideologische interpretatie van de opdracht worden verwacht. Dat is iets anders dan een politieke opstelling die zich uit in een ontwerp voor politieke actie, zoals vaak wordt gedacht. Het is eerder een visie die het ontwerpen politiseert door verandering van aandachtsveld en methode. In principe gaat het bij elke opdracht om het vinden van een uitgesproken samengaan van de realiteit van de productieverhoudingen en de symbolische conditie enerzijds, en een kritisch inhoudelijke en vormgevende interpretatie van de bemiddeling anderzijds. Dat is een evenwichtskunst tussen analyse en verbeelding, en een combinatie van praktisch inzicht en ethiek [als sociale component] die het ontwerpen in de media opnieuw definieert als een dialogische vorm van communicatie.

Het derde deel van mijn verhaal is gewijd aan de mogelijkheden van de operationele kritiek in samenhang met de onderhandelende positie van het ontwerpen in de opdrachtsituatie.

In zijn *Theories and history of architecture* stelt Tafuri de operationele kritiek tegenover de historische kritiek.<sup>8</sup> Zijns inziens moet een cesuur worden aangebracht tussen een kritische architectuurpraktijk en architectuurkritiek omdat een operationele geschiedschrijving een ideologische sluier over de historische realiteit legt waardoor de werkelijk aanwezige mogelijkheden voor verandering niet worden

economic, political and symbolic aspects of visual communication.

Design as a marketing product is dangerously attractive. The key question for a critical visual production is therefore whether it can see through the present situation, and to what extent that leads to a position implying a practice in which the modes I mentioned play a deliberate or intuitive role. In other words, it must satisfy the condition that enables a different method, with more meaningful connections to the real world. This boils down to a mentality that is able to combine the worlds of practice and ideas in such a way that the visual mediation is capable of making the myths of the mass media recognizable as a myth – of breaking their enchantment by **taking a political stand in its aesthetics.**<sup>7</sup>

In any case, intellectual mediation is in a pragmatic relation to the conditions of society and production. As a go-between, it is at the same time tied to the interpretation of the messages from which it makes a living. So visual mediation does not escape the hegemonic operations that modify the identities of particular and universal information either. And it is at this point that a critically minded designer may be expected to come up with a deliberately ideological interpretation of the assignment. This is not the same thing as a political position that finds expression in a design for political action, as is often supposed. It is a vision that politicizes design through a change in field of attention and method. In principle, in the case of every assignment, it is a matter of finding an articulated coherence between the reality of the relations of production and symbolic condition, on the one hand, and the critical substantive and shaping interpretation of the mediation, on the other hand. It means walking the tightrope between analysis and imagination, a combination of practical insight and ethics [as social component] that redefines design in the media as a dialogic form of communication.

The third part of my talk is about the possibilities of operational critique in connection with the negotiating position of design in the commission situation.

In his *Theories and history of architecture*, Tafuri opposes operational critique to historical critique.<sup>8</sup> In his view, a break has to be made between a critical architectural practice and architectural critique. This is because the opera-

<sup>8</sup> Manfredo Tafuri, *Theories and history of architecture*. London & Granada, 1980

tional historiography draws an ideological veil over historical reality, so that the genuinely present opportunities for change are not recognized. In my view, all critique is embedded in an ideological framework [if only through chronic dissatisfaction] that determines its programme and strategy. After all, there is no such thing as immediate understanding – you need an agenda and language to interpret and articulate what you experience. So, although I can understand what he would like, I have serious reservations about the validity of Tafuri's claim to an autonomous position for historical critique.

Almost by definition, makers have a problem with the abstraction of thought, also when it is meant critically or pragmatically. It provides a lot in the way of insights, and its analyses and descriptions are often inspiring, but generally speaking it cannot be drawn into speculations about how to act when it is a question of deploying critical insights.

Operational critique is different. It is awake to the fact that a good idea is no guarantee of a good product. Operational critique targets action, the act of making and enabling others to act on the basis of its speculations and statements. It negotiates continuously in the forcefield of the relations of production about the space that it considers necessary for the questioning of its own position and the communication strategy with regard to the recipients. After all, the creation of sufficient elbowroom for manoeuvre in the field of economic and cultural production determines the scope for options in respect of content and expression.

This is the question of the method of communication design as an emancipatory practice: the question of how an oppositional critical mentality is converted into visual information in an era of radical capitalism, a time of **luxury and fashion**, as Hans Magnus Enzensberger has labelled the current state of culture.<sup>9</sup> Let us see what kind of strategies and tactics we might use to negotiate space for a critical approach in the context of a commission.

The complexity of life has always been the source of inspiration to me in the profession. I was never a follower of a universal belief for long, but preferred a provisional model that can be constantly modified as situations change in order to survive. That explains why I feel very much at home with Umberto Eco's idea of a methodological structuralism.<sup>10</sup> It accepts

onderkend. Mijs inziens is alle kritiek ingebed in een ideologisch kader [al is het maar door chronische ontevredenheid] dat haar programma en strategie bepaalt. Bovendien is er geen begripen op een onmiddellijke manier – je hebt een agenda en taal nodig voor interpretatie en het onder woorden brengen van ervaring. Daarom twijfel ik, ondanks begrip voor zijn verlangen, aan de houdbaarheid van Tafuri's claim op een autonome positie van de historische kritiek.

Makers hebben bijna per definitie een probleem met de abstractie van het denken, ook als het kritisch of pragmatisch bedoeld is. Denken levert veel op aan inzicht en de analyses en beschrijvingen zijn vaak inspirerend, maar het laat zich doorgaans niet verleiden tot speculaties over het inzetbaar maken van kritische inzichten.

Operationele kritiek is anders. Zij is zich bewust dat een goed idee geen garantie is voor een goed product. Operationele kritiek is uit op handelen, op maken en het in staat stellen van anderen te handelen op basis van haar speculaties en uitspraken. Ze onderhandelt constant in het krachtenveld van de productieverhoudingen over de ruimte die nodig is voor de vragen over haar eigen positie en de communicatieve strategie ten opzichte van de ontvangers. Immers, het creëren van voldoende speelruimte in het veld van de economische en culturele productie bepaalt de reikwijdte van de keuzes van inhoud en expressie.

Dit is de vraag naar de methode van het communicatief ontwerpen als emancipatorische praktijk: de vraag naar hoe zich een kritische mentaliteit vertaalt in visuele informatie in een periode van radicaal kapitalisme, in een tijd van **luxe en mode**, zoals Hans Magnus Enzensberger de huidige staat van onze cultuur heeft genoemd.<sup>9</sup> Laten we eens kijken wat voor soort strategieën en tactieken we zouden kunnen gebruiken om voldoende ruimte te creëren voor een kritische agenda in de context van de opdracht.

De complexiteit van het leven is voor mij altijd inspiratiebron geweest voor het vak. Ik ben nooit lang aanhanger geweest van een universeel geloof, maar eerder van een provisorisch model dat afhankelijk van de omstandigheden voortdurend kan worden bijgesteld om te overleven. Vandaar dat ik mij heel goed kan vinden in Umberto Eco's idee van een

<sup>10</sup> Umberto Eco, *Theory of semiotics*. Het accepteert structurele modellen alleen als operationele procedures en geeft die op voor nieuwe modellen wanneer nieuw bewijs om nieuwe uitleg vraagt. Ik geloof dat dit de

<sup>9</sup> Hans Magnus Enzensberger, *Trans-atlantik; Von luxus und moden*. Munich & Hamburg, 1981-1991

enige manier is om onze gecompliceerde verhouding communicatief ontwerpen: een sociale praktijk tot de wereld zo realistisch mogelijk in kaart te brengen. Die provisorische kaart helpt ook de sociale rol van het vak en de omstandigheden waarin we produceren beter te begrijpen.

Iets anders is dat ik bij alle cartografische veranderingen nooit de hoop van het sociaal-liber-tair perspectief heb opgegeven met zijn belofte van individuele en collectieve bevrijding en emanci-patie. Dat verklaart mijn streven naar een zo min mogelijk disciplinerende opstelling als bemiddelend specialist, omdat die houding ogenschijnlijk zekerheid verschaft maar in wezen een vorm van patriar-chaal toezicht is. Ik ben meer geïnteresseerd in een open en veranderlijke mentaliteit als uitgangspunt voor een per geval uitgesproken positie, die als het resultaat van de interactie, in het ontwerp kan worden waargenomen. Dit navigeren van de ontwerper leidt tot een product als argument, ontstaan uit een steeds andere samenhang van economische en sociale doelstellingen en factoren. Kort samengevat: alleen een provisorisch model van de wereld kan dienen als instrument voor realistisch handelen, voor onder-handelen als een methode die de bedoelingen van de opdrachtgever uitbreidt met elementen van een onafhankelijke en gedickeerd sociaal-culturele agenda.

Het design opereert in het krachtenveld van econo-mische en sociaal-culturele belangen. Ogenschijnlijk heeft het onder druk van het economische in het veld van de culturele massaproductie geen mogelijkheid voor het introduceren van communicatieve strategieën met een sociale of diepgaande symbolische functie. **Design visualiseert de strategische doelstellingen van anderen**, constateert Hugues C. Boekraad en hij voegt er aan toe, dat **het produceert in een machts-verhouding van structurele ongelijkheid**.<sup>11</sup>

Dat is maar gedeeltelijk waar.

Mijns inziens kan het ontwerpen wel degelijk een dialoog openen met het 'bod' van de opdrachtgever, zoals Boekraad de opdracht noemt, zodat die ongelijkheid als het ware wordt opgeheven. Zoals ik heb proberen aan te geven is het de meervoudig samen-gestelde agenda van de ontwerper die dit mogelijk maakt en hangt het verder in hoge mate af van haar of zijn creativiteit en strategisch inzicht. Het tegenbod van de ontwerper moet beslist niet worden gezien als een simpele vorm van consensus of als een eenduidig compromis tussen twee tegengestelde stand-punten. Het is meer een kwestie van de introductie van meerdere aspecten in de boodschap dan nodig om het bod van de opdrachtgever te beantwoorden,

structural models only as operational procedures and is willing to give them up in favour of new models when new evidence calls for new explana-tions. I believe that this is the only way to chart our complex relation to the world in as realistic a manner as possible. That provisional chart also helps us to better understand the social practice of the profession and the conditions in which we produce.

Another point is that every time a change has taken place in the cartography, I have always retained the hope of the social libertarian perspective with its promise of individual and collective liberation and emancipation. That explains the attempt to occupy a position as a mediatory specialist with as few disciplining effects as possible, for that is an attitude which seems to confer security but which is in fact a form of patriarchal surveillance. I am more interested in an open and changing mentality which serves as the starting point for an articu-lated position that is adopted in relation to the individual case, and which can thus be perceived in the design as a result of the interaction. It is a navigating by the designer that leads to a product as an argument, emerging from constantly changing shifts in the relations between econo-mic and social aims and factors. In short: only a provisional model of the world can serve as an instrument for realistic action, for negotiation with elements of an independent and uncompromising socio-cultural agenda.

Design operates in the forcefield of economic and socio-cultural interests. Under economic pressure in the field of cultural mass production, it would appear to lack the capacity to introduce communication strategies with a social or more profound symbolic function. **Design visualizes the strategic aims of others**, Hugues C. Boekraad asserts, adding that **it produces in a power relation of structural inequality**.<sup>11</sup>

This is only partly true.

In my opinion, design certainly is capable of opening a dialogue with the client's 'tender', as Boekraad calls the commission, so that the inequality is suspended, as it were. As I have tried to indicate, it is the plural composition of the designer's agenda that enables this, and it depends to a large extent on the designer's creativity and strategic insight. The tender made by the designer in return must absolutely not be seen as a simple form of consensus, as an

<sup>11</sup> Hugues C. Boekraad, 'Ontwerpen als culturele productie', *Wim Crouwel: made en module*. Rotterdam, 1997

unambiguous compromise between two contrasting points of view. It is far more a question of introducing more aspects in the message than are required to meet the client's tender.

By no means all of these aspects are discussed with the client. This multi-dimensionality is not contested within the space provided by the client, but added by the communicative, substantive and visual functions of the interpretation. In principle this takes place in any case of an autonomous aesthetic interpretation [in so far as that exists], but it only becomes interesting as a contribution to the formation of public opinion when it is a multi-dimensional action that is in opposition to the established worldview and symbolic horizon.

On a worldwide scale, there are hardly any free spaces left outside the regime of the culture industry. That is why it is important for the operational critique to be aware of where it operates in a social spectrum, where it makes room for its socio-cultural intentions.

The socio-economic periphery of society is undoubtedly the site that feeds the greatest capacity to resist. It is impossible to evade specific situations and themes for direct action there, as the work of Gérard Paris-Clavel and Ne pas plier, for example, convincingly demonstrates.

On the other side of the spectrum, the pressure of the commission, of the commercial and institutional management culture, may lead you to retreat into turning form into an absolute, though by the way, without abandoning an idiosyncratic relation to reality. This has been wonderfully described by Heiner Müller in connection with Bertholt Brecht's interest in the work of the roman poet Horace: **A composure which conceals pain in elegance. His *Epistles* and *Satires* are mere chatter. Now and then a spark flies, which is cooled by the form. Form is the absolute in Horace, from the necessity to come to terms with the reality that you dreamed or imagined very differently. It is a form that admits everything. It is not classicist. It does not exclude any reality. The form serves as a shield against the pressure of lived experience.**<sup>12</sup>

Between these two opposite poles of the commission field lies a mass of different situations where operational critique, depending on the circumstances, can engage in a more or less

aspecten die lang niet allemaal met de opdrachtgever worden besproken. Deze meerdimensionaliteit wordt niet bevochten binnen de door de opdrachtgever geboden ruimte, maar toegevoegd door de communicatieve, inhoudelijke en beeldende functies van de interpretatie. Dat gebeurt in principe bij elke autonome esthetische interpretatie [voor zover die bestaat], maar ze wordt pas echt interessant als bijdrage aan de publieke meningsvorming wanneer ze een meerdimensionale actie is in tegenpraak met het gangbare wereldbeeld en symbolische horizon.

Wereldwijd bestaan er nauwelijks nog vrijplaatsen buiten het regime van de cultuurindustrie. Daarom is het zaak voor de operationele kritiek zich bewust te zijn van de plaats waar ze opereert in het maatschappelijk spectrum, waar ze ruimte maakt voor haar sociaal-culturele intenties.

De sociaal-economische periferie van de samenleving is ongetwijfeld de plek die de capaciteit tot verzet het meeste voedt. Daar is het onmogelijk om te ontsnappen aan concrete situaties en thema's die om directe actie vragen, zoals het werk van Gérard Paris-Clavel en Ne pas plier overtuigend laat zien. Aan de andere kant van het spectrum kan men zich onder druk van de opdracht, van de commerciële en institutionele managementcultuur, terugtrekken op de verabsolutering van de vorm, overigens zonder de eigenzinnige verhouding tot de realiteit op te geven. Dit is prachtig beschreven door Heiner Müller naar aanleiding van Bertholt Brechts belangstelling voor het werk van de Romeinse schrijver Horatius:

**Een gelatenheid, die de pijn in elegantie verbergt. Zijn *Epistels* en *Satires* zijn niets meer dan gepraat. Af en toe ontspringt er een vonk, die door de vorm wordt geblust. Horatius is de verabsolutering van de vorm, uit de noodzaak je te moeten verstaan met een realiteit die je je eigenlijk heel anders had gedroomd of voorgesteld. Het is een vorm die alles kan opnemen en niet klassicistisch is. Het sluit geen enkele realiteit uit. De vorm dient als bescherming**

<sup>12</sup> Heiner Müller, *Gesammelte Irrtümer 3: Texte und Gespräche*. Frankfurt am Main, 1994

**tegen de druk van de ervaring.**<sup>12</sup>

Tussen deze twee uitersten van het opdrachtenveld bestaat een oneindige veelheid van situaties waar de operationele kritiek, naar gelang de omstandigheden, een meer of minder ingrijpende vorm van interactie kan plegen die de afgetrapte patronen van representatie verandert, het nu anders laat zien en de cultuur nieuw leven inblaast.

<sup>60</sup> Een marge van heel andere aard is het beroeps- onderwijs. Naar mijn idee bestaat op scholen en academies nog altijd een grote 'utopische ruimte' waar het ontwerpen onafhankelijk van marktoverweg-

ingen kan worden gedacht en gepraktiseerd. In de communication design: a social practice periferie van de culturele massaproductie zijn onderwijs- en onderzoeksinstituten – als de Jan van Eyck academie bijvoorbeeld – bij uitstek de plek om de mogelijkheden van het ontwerpen voor dissident gedrag te onderzoeken, in plaats van het volgen van stereotype behoeften en smaak.

Het laatste deel van m'n verhaal gaat over de uitdrukkingsmiddelen. Over de omgang met inhoud en vorm op basis van een emancipatorisch culturele agenda.

Veel design gaat over controle, niet over de spontaniteit en het plezier van communicatie als een sociale en interpreterende activiteit. Dat is een activiteit die naar ervaringen en betekenissen verwijst buiten de wereld van het design. In dat verband zou het ontwerpen veel meer aandacht moeten besteden aan het maken als bevrijding van de controle van in de massacultuur gestandariseerde thematieken en normen. Ook van die welke door de disciplinaire bemiddeling zijn ingevoerd.

In het voorafgaande hoop ik duidelijk gemaakt te hebben dat een vernieuwd sociaal en cultureel engagement van de visuele journalistiek gaat over een emancipatorische mentaliteit die zich het democratisch belang van het publieke domein realiseert. Dit kan alleen in de context van een politieke benadering die streeft naar interpretatie van boodschappen door kijkers en lezers, die de cirkel van het algemeen gangbare verlaat, de banden van de taal verbreekt en nieuwe analytische, sociale en esthetische praktijken opent.

Zoals de geschiedenis van het ontwerpen laat zien, is een veelheid van meer of minder radicale interventies in de opdracht mogelijk. Maar hoe bescheiden dat onder druk van de opdrachtsituatie misschien ook uitvalt, die interventie moet altijd herkenbaar zijn als een narratieve ingreep van de bemiddeling in de conventionele orde van de representatie. Dit houdt in, dat het dominante belang van de opdrachtgever en het disciplinaire bouwsel van de boodschap getoond moeten worden in een bredere context van culturele en symbolische indicaties, samengebracht en bij elkaar gehouden door wat Félix Guattari **het samenhangend niveau van de bemiddelaar** noemt.<sup>13</sup>

Zo'n agenda legt een complementaire structuur op aan het werk. Die structuur maakt het communicatieve proces zichtbaar en geeft aanleiding tot onverwachte interpretaties en ervaringen. Tegelijkertijd roept de assemblage van ongelijksoortige elementen voor de ontvangers vragen op over de institutionele voorstellingen van

incisive form of interaction that changes worn out patterns of representation, refiguring the present and revitalizing culture.

A margin of a very different kind is vocational training. To my mind schools and academies still harbour a big 'utopian space' where design can be thought out and practised independently of market considerations. On the periphery of cultural mass production, educational or research institutes – like the Jan van Eyck academie, for example – are the site par excellence to stress design as a means of demonstrating new possibilities for dissident action rather than following stereotypical demands and taste.

The last part of my talk is concerned with the means of expression, with how we deal with content and form on the basis of an emancipatory cultural agenda.

A lot of design is about control, not about the spontaneity and pleasure of communication as a social and interpretive activity. That is an activity that refers to experiences and meanings outside the world of design. In this connection design should pay a good deal more attention to making as an act of liberation from the control of themes and norms that have become standard in mass culture – including those which have been introduced through disciplinary mediation.

I hope that I have made it clear that a renewed socio-cultural engagement of visual journalism is about an emancipatory mentality that fully realizes the democratic importance of the public domain. This will only come about within the context of a political approach that strives for an interpretation of messages by viewers and readers, that abandons the circle of common-sense interpretation, untying the bonds of language and opening up new analytical, social and aesthetic practices.

As the history of design shows, it is possible to include a multitude of more or less radical interventions in the commission. But no matter how modest this may be under pressure of the commission situation, it must always be recognizable as a 'narrative' intervention by the mediator in the conventional order of representation. This means that the dominant interest of the client and disciplinary edifices in the message should be demonstrated in a wider context of cultural and symbolic indications, brought and kept together by what Félix Guattari has called **the mediator's plane of consistency**.<sup>13</sup>

An agenda of this kind imposes a complementary

<sup>13</sup> Gilles Deleuze & Félix Guattari, *A thousand plateaus*. Minneapolis, 1987

structure on the work. This structure reveals the communicative process and contains inducements to unexpected interpretations and experiences. At the same time the assemblage of heterogeneous elements raises questions for the recipient about the institutional representations of reality and the limitations of the symbolic range of the media.

An emancipatory programme of visual mediation calls not only for a complementary structure of the message. It is above all a question of a **semiotic break**, as Régis Debray calls it, with far-reaching consequences for visual language. It is no longer a question of stylistic demands or visual harmony with forms of representation as illusion or transparency, but of a critical reconstruction of the classical visual tradition – one that, because of the need for a polemical character of the message, presents the image as image – as a construction that is simultaneously description and commentary, as an interplay between representation and presentation.

This calls for a language use made up of cultural material from all kinds of provenances, from high and low culture, stealing from commercial, cultural and all other worlds to make our own use of it. Even more important is that a dialogic design cannot get by without a multi-sensorial use of language. By that I mean a language use that is conceptual and empirical, conscious and intuitive at the same time. To start with, in the terms of Jean-Luc Godard, we should make a clear distinction between the visual and the image. The image is at the front of the confrontation between a variety of forcefields. It is condemned to express its otherness vis-à-vis reality – there is always an absence, but there is also a hard core. The image is always both more and less than itself. While the visual is never more than an ecstatic verification of our organs.<sup>14</sup>

The problem of design today is that it is more fascinated by the visual, as an icon or decoration, and not by the image as a subjective narrative and indexical medium. As a result of its internal dialogue, however, the image is more than a perception. It is a necessary construction on the brink of fiction, that plays with the dialectic of convention and innovation. This inbetween staging of the image provides the opportunity for the social, ethical and aesthetic implications of the mediation, in combination

de werkelijkheid en de beperkingen van de symbolische bandbreedte in de media. Een emancipatorisch programma van visuele bemiddeling vraagt niet alleen om een complementaire structuur van de boodschap. Het is voor alles een kwestie van een **semiotische breuk**, zoals Régis Debray dat noemt, met ingrijpende gevolgen voor het visuele taalgebruik. Het gaat niet langer om stilistische eisen of visuele harmonie met vormen van representatie als illusie of transparantie, maar om een kritische reconstructie van de klassieke visuele traditie – een reconstructie die vanwege het polemisch karakter van haar boodschappen beeld weer als beeld gebruikt – als een medium dat tegelijkertijd beschrijving is en commentaar, als wisselwerking tussen representatie en presentatie.

Dit vraagt om een taalgebruik met cultureel materiaal van allerlei herkomst: van lage en hoge cultuur, gestolen van commerciële, alledaagse en alle andere werelden om het op onze eigen manier te gebruiken. Misschien nog belangrijker is dat een dialogisch design het niet kan stellen zonder een meerzintuiglijk taalgebruik. Daarmee bedoel ik een taalgebruik dat tegelijk conceptueel en empirisch is, bewust en intuïtief. Om te beginnen moeten we, in de termen van Jean-Luc Godard, **een helder onderscheid maken tussen het visuele en het beeld. Het beeld staat vooraan in de confrontatie tussen een variëteit aan krachtvelden. Het is er toe veroordeeld z'n anders-zijn ten opzichte van de realiteit uit te drukken – er ontbreekt altijd iets, maar er is ook een harde kern. Het beeld is altijd meer en minder dan zichzelf.**

**Terwijl het visuele nooit meer is dan een extatische**

<sup>14</sup> Frieda Grafe, 'Jean-Luc Godard between media'. *Documenta x documents. Ostfildern, 1997*

**verificatie van onze organen.**<sup>14</sup> Het probleem van het huidige design is dat het meer gefascineerd is door het visuele als icoon of decoratie dan door het beeld als een subjectief verhalend en verwijzend medium. Als gevolg van zijn interne dialoog is beeld altijd meer dan waarneming. Het is een noodzakelijke constructie op de rand van fictie die speelt met de dialectiek van conventie en innovatie. Die 'tussenbeide' inscenering biedt eindeloze mogelijkheden voor de sociale, ethische en esthetische implicaties van de bemiddeling in de omgang met de commerciële, technologisch-wetenschappelijke en andere aspecten van de opdracht. Zo wordt de boodschap leesbaar als uitkomst van een interne dynamiek van integratie en confrontatie, die betekenis genereert in de dialoog tussen werk en kijker. Kortom, een vorm met een open structuur die de ontvanger qua inhoud en vorm aanknopingspunten biedt voor onafhankelijke meningsvorming.

Gezien de economische en culturele machtsverhou-

communicatief ontwerpen; een sociale praktijk

dingen in de wereld is het niet realistisch, denk ik, te hopen op directe participatie in de massamedia van hen die geen stem hebben. Vandaar het grote belang dat de operationele kritiek zou moeten hechten aan een emancipatorische opvatting van haar rol als een bijdrage aan de democratisering van de massamedia als sociale ruimte. De zin van ons werk ligt in culturele betekenisgeving. Daarom kunnen we ons sociaal-cultureel engagement niet beperken tot het esthetische, maar moeten we werken aan een fundamentele solidariteit met een veelzijdig somengesteld publiek.

**Al doende gaan we uiteindelijk voor minder dan de totale transformatie van het leven zelf, maar we ontdekken de meerwaarde van feitelijke verworvenheden liever dan te treuren over het falen van onrealistische verwachtingen,** zegt Victor Margolin in de epiloog van zijn *The struggle for utopia* over het werk van El Lissitzky, Alexander Rodchenko en Moholy-Nagy.<sup>15</sup>

Ik ben het daarmee eens, zij het op voorwaarde dat we als ontwerpers de huidige stilte tussen utopische droom en realiteit, tussen progressief kritisch denken en handelen, opnieuw sociaal productief maken.

<sup>15</sup> Victor Margolin,  
*The struggle for utopia:*  
*Rodchenko, Lissitzky,*  
*Moholy-Nagy 1917-46,*  
Chicago & London,  
1997

with the commercial, techno-scientific and other aspects of the commission. The message thereby becomes legible as the outcome of an internal dynamic of integration and confrontation that generates meaning in the dialogue between work and spectator. In short, it is a form with an open structure that offers points of reference for interaction by the receiver, that is for the independent formation of opinion.

In the light of the economic and cultural relations of power in the world, it is not realistic, I think, to hope for direct participation in the mass media by those who have no voice. That accounts for the incredible importance that operational critique should attach to an emancipatory view of its role as a contribution to the democratization of the mass media as a social space. The meaning of our work is in cultural signification. Therefore we should not reduce our socio-cultural engagement to the scope of the aesthetic, but work on a fundamental solidarity with various audiences.

**In doing so we end up settling for less than the total transformation of life itself, but we can also discover enhanced value in actual accomplishments rather than lament the failure of unrealistic expectations,** says Victor Margolin on the work of El Lissitzky, Alexander Rodchenko and Moholy-Nagy in his epilogue to *The struggle for utopia*.<sup>15</sup>

I can subscribe to this, but on the condition that designers make the existing silence between utopian dream and reality, between progressive critical thought and action, socially productive again.

From **We make the road by walking.**  
**Conversations on education and social change.**  
 By Myles Horton and Paolo Freire. Edited by Brenda Bell,  
 John Gaventa and John Peters. Philadelphia, 1990

Paolo Freire: **What fascinates me in reading good books is to find the moment in which the book makes it possible for me or helps me to better my understanding of reality, of concreteness. In other words, for me the reading of books is important to the extent that the books give me a certain theoretical instrument with which I can make the reality more clear vis-à-vis myself, you see. This is the relationship that I try to establish between**

**reading words a**

Ted Turner (trad af als vice voorzitter van de raad van bestuur [2003], maar bleef lid van de raad van commissarissen tot 2006

Wat me fascineert in

design issues. spring 1997

goede boeken lezen  
is het vinden van het  
moment waarop het boek  
me in staat stelt,  
of me helpt de realiteit  
beter te begrijpen,  
concreter te maken.

Met andere woorden,  
boeken lezen is

belangrijk voor me  
voor zover boeken mij  
een zeker theoretisch  
instrument verschaffen  
waarmee ik de realiteit  
voor mezelf helderder  
kan maken, begrijp je.  
Dat is de relatie die  
ik probeer te leggen  
tussen het lezen van  
woorden en het lezen  
van de wereld.

**and reading the world.**

During the past thirty years communication design has lost a lot of its substantive passion. That explains my continuing interest in recuperating the editorial side of the discipline which design has neglected. Because of its substantive and social commitment, I like to refer to that design tradition orientated towards signification as visual journalism. As a designer you take the risk of assuming the role of a journalist - a metamorphosis which enables you to penetrate into every nook and cranny of your theme in order to find personal truths and interpretations. A precondition for the achievement of those substantive and democratic ambitions is an expansion of the cultural capital of communication design to cover the entire breadth of the socio-cultural environment. This means that, instead of being constantly concerned with form, designers should once again invest in a better understanding of the relations between the production of meaning, mediation, and the public. The complexity and dynamism of those relations provide a new space for a dialogic relation with viewers and readers and generate a dissonant, substantive and programmatic vitality in the work. Communication design is thereby turned back into reporting, a form of providing information in which facts, dialogue and essay [documentary, narrative and reflexive elements] are combined in an idiosyncratic way: fact and fiction no longer exclude one another. The emancipatory force of that narrative starting point is not confined to the content, but inevitably affects the programme and form as well. The classic appeal to a harmonious coherence and clarity of programme, content and form are replaced by a heterogeneous construction of a dissimilar kind that undermines the symbolic, strategic and rhetorical conventions by making no attempt to hide the provenance and artificiality of the message. From critique to construction, writes Umberto Eco, is imagining an impossible world picture. The orchestration of looking through the work. Its meaning depends on how we read it - meaning is therefore constructed in the dialogue between the work and the spectator.<sup>1</sup>

Armand Mattelart, the french sociologist of communication, places the concept of communication within a long social development. He situates the process of its invention at the moment when a field of practical and theoretical knowledge began to take shape around the notion of communication as a system of thought and power and a mode of government. For this was the moment when the ideology of communication, which is at the heart of representations of modernity and post-modernity, took its first steps.<sup>2</sup> Mattelart regards communication as a complicated field of networks for the exchange and circulation of people, commodities, and messages. He sees it as a material and cultural phenomenon. Under the influence of social relations of power and technological developments, communication as material transport simultaneously introduces regimes of knowledge and meaning as cultural production, i.e., symbolic transport. That configuration produces an increasingly refined regime of representation in the media.

Driven by economic and political thought, new forms of regulation and organisation are introduced with new criteria of knowledge and action, and new metaphors for organisms and machinations. As happened previously with the merging of serial production and mass consumption, and of work and leisure, this insight is now deployed on an even larger scale by an omnipresent pragmatic management that influences the images shared by the majority of the population. Together with the ever growing cultural component of the economy, this leads to a far-reaching metaphorisation of culture,<sup>2</sup> to an atmosphere of 'high visibility' which we like to believe contributes to the democratic character of the media. Nothing is further from the truth. The degenerate information networks are not interested in restoring the fundamentally democratic and cultural meaning of public communication. All thought and action of the communication networks is inspired and controlled by a neo-liberal ideology aimed at social consensus, which coincides with financial

matienetwerken zijn niet geïnteresseerd in het terugbrengen van de fundamenteel  
 method and means of a dialogic practice democratische en culturele betekenis van de publieke  
 communicatie. Alle denken en praktijken van de communicatieve netwerken worden  
 geïnspireerd en gecontroleerd door een op sociale consensus gerichte neoliberale  
 ideologie, die samenvalt met financiële interesses in de meest uiteenlopende  
 sectoren en ondernemingen van de markt.

<sup>3</sup> Fredric Jameson,  
*The seeds of time.*  
 New York, 1994

Daarmee zijn we volgens Fredric Jameson beland in een situatie waarin het ideaal  
 van de 'civil society' als publieke en sociale ruimte met informatie over de  
 wereld, is vervangen door het **virtueel realisme** van de wereld als informatie.<sup>3</sup>  
 Vrij naar Slavoj Žižek kun je zeggen dat onder invloed van markteconomie en  
 liberaal denken in onze wereld een symbolische omdraaiing heeft plaats  
 gevonden tussen natuur en cultuur: het vrouwenlichaam bijvoorbeeld is ondertussen  
 meer cultuur dan natuur geworden; economisch handelen meer natuur dan cultuur.  
 Die symbolische revolutie is weinig anders dan een grove uitbuiting die het  
 sociaal, cultureel en symbolisch kapitaal van de menselijke communicatie  
 vervangt door de 'instant-communicatie' van de cultuurindustrie en haar machtige  
 protagonisten.

Design speelt een onmisbare, om niet te zeggen dominante rol in dat proces. Die  
 onmisbaarheid en zijn enorme succes gaan echter steeds duidelijker gepaard met  
 de snelle spiritualiteit en beeldvorming van het 'prêt à porter'. Daarom is het  
 verbazingwekkend dat zowel de zelfkritiek van het communicatieve ontwerpen als  
 de publieke kritiek op de ontwerpproductie zo onderontwikkeld zijn. In een soort  
 desperate reactie op de gijzeling van de symbolische productie door de markt,  
 vestigen veel ontwerpers hun hoop op de bevrijding van het publiek door een pragma-  
 tisch gebruik van technologie en informatiemanagement. Ze hanteren technologie  
 en management ontologisch – onopvallend en contextloos – alsof hun ontwerpen  
 natuurlijke in plaats van culturele producten zijn. Maar ondanks de vaak oprechte  
 bedoeling communicatie te ontdoen van 'overbodige ruis', verdonkeremaant hun  
 pragmatische houding alle inhoudelijke en vormgevende keuzes en worden management  
 en techniek gemystificeerd als een belangeloos, onschuldig instrumentarium.  
 Anderen vestigen hun hoop op de kracht van hun stilistisch vermogen maar creëren  
 vanwege hun formele interesse een illusoire afstand tot inhoud en context.  
 Wegkijken van de maatschappelijke machtsverhoudingen leidt nu eenmaal onher-  
 roepelijk tot het tegenovergestelde van goed bedoeld idealisme – tot het interna-  
 liseren van nieuwe vormen van 'top-down' creatief management en medeplichtigheid  
 aan een verdere kapitalistische uitholling van de publieke sfeer. Omdat de  
 fundamentele voorwaarden voor onafhankelijke en democratische beeld- en menings-  
 vorming op deze manier verdwijnen in het virtueel realisme van het economisch  
 primaat, is deze strategie volstrekt onrealistisch.

Het ontbreekt het communicatief ontwerpen aan urgentie ten opzichte van het eigen  
 sociaal functioneren. Zijn cultureel en sociaal inzicht gaan over het algemeen  
 weinig verder dan een sceptische houding die voetstoots aanneemt dat mentaliteit  
 zich 'vanzelf' intuïtief in vorm vertaalt. Als gevolg daarvan wordt er niet  
 geïnvesteerd in de verdieping van inhoudelijke doelstellingen en communicatieve  
 strategieën. En dus ook niet in andere manieren van werken noch in de uitbreiding  
 en verdieping van het visuele vocabulaire.

Inmiddels is het voor de meeste ontwerpers wel duidelijk dat de gesloten en  
 klassieke vorm van het modernisme geen antwoord meer is op de baai van de  
 actuele beeldproductie. Maar het vervangen van die eenduidige perceptie van het  
 ontwerp door een vormgeving met een meerstemmige samenstelling – in z'n meest  
 gecompliceerde vorm door de hypertext van het virtuele – is niet genoeg. Ook niet  
 als ze berust op een kritische attitude die programma en inhoud van de opdracht  
 vertaalt in een meervoudig samengestelde structuur en vorm. Weliswaar vormt de  
 heterogeniteit van de boodschap voor de toeschouwer het raakvlak tussen fictie en

interests in the most diverse sectors and enterprises of the market.

This has brought us, according to Fredric Jameson, to a situation in which the ideal of civil society as a public and social space with information about the world has been replaced by the virtual realism of the world as information.<sup>3</sup> To paraphrase Slavoj Žižek, you could say that, under the influence of the market economy and neo-liberal thought, a symbolic reversal has taken place in our world between nature and culture: the female body, for instance, has by now become more culture than nature, while economic activity has become more nature than culture. That symbolic revolution is little else than a crude exploitation that replaces the social, cultural and symbolic capital of human communication with the 'instant communication' of the culture industry and its powerful protagonists.

Design plays an essential, or even dominant role in that process. It is becoming increasingly clear, however, that its indispensability and its enormous success are accompanied by the fast spirituality and images of the 'prêt-à-porter'. That is why it is so surprising that both the self-criticism of communication design and the public criticism of design production are so underdeveloped. In a kind of desperate reaction to the kidnapping of symbolic production by the market, many designers put their hope in the liberation of the public through a pragmatic use of technology and information management. They deploy technology and management ontologically – inconspicuously and devoid of context – as if their designs were natural instead of cultural products. But in spite of the often well-intentioned attempt to strip communication of redundant white noise, their pragmatic approach stifles all substantive and design choices, and technology and management become mystified as an impartial, innocent range of instruments. Others set their hopes on the strength of their stylistic capacity, but their formal interest leads them to create an illusory distance from content and context. Looking away from the power relations in society simply leads irrevocably to the opposite of well-intentioned idealism – to the internalisation of new forms of top-down creative management and complicity in the further

capitalist erosion of the public sphere. Since the fundamental preconditions of independent and democratic mental representations and opinions disappear in this way in the false realism of the primacy of the economy, this strategy is completely unrealistic.

Communication design lacks urgency with regard to its own social functioning. Its cultural and social insight do not usually go much further than a sceptical attitude that unquestioningly accepts that mentality is converted into form automatically. As a result, no investment is made in adding depth to substantive objectives and communication strategies, and thus not in different ways of working and the deepening and widening of the visual vocabulary either.

By now it has become clear to the majority of designers that the closed and classic corset of modernism is no longer an answer to the torrent of contemporary visual production. But replacing that unilateral perception of design with a design composed of plural voices – in its most complicated form by the hypertext of the virtual – is not enough. Neither if it is based on a critical attitude that translates the programme and content of the commission into a pluriform structure and form. The heterogeneity of the message does provide the spectator, it is true, with a point of contact between fiction and reality, but that only works in a liberating fashion if the critical cultural and political stance of the mediation also affects the restorative character of the symbolic production. Otherwise it remains at the level of pure virtuality – a further proliferation of what Jean-Luc Godard so alarmingly called the forest of symbols.

My interest in the aspects of communication design bearing on signification only took shape with the linguistic realisation that the complexity of the experience cannot be captured in any form of representation at all. The most drastic consequence of that

werkelijkheid, maar die werkt alleen bevrijdend als de kritisch cultuur-politieke

methode & middelen van een dialogische praktijk

opstelling van de bemiddeling ook het

restauratieve karakter van de symbolische productie aantast. Anders blijft het alsnog bij pure virtualiteit – een verdere uitbreiding van wat Jean-Luc Godard zo verontrustend **het woud van de symbolen** heeft genoemd.

Mijn belangstelling voor de betekeniskant van het communicatief ontwerpen kreeg pas handen en voeten met het linguïstisch besef dat de complexiteit van de ervaring onmogelijk kan worden gevangen in welke vorm van representatie dan ook. De meest ingrijpende consequentie van die constatering is dat de voorstelling van de werkelijkheid niet langer kan worden bekeken als een feitelijke en betrouwbare mededeling. Betekenis en culturele symbolen hebben geen oorspronkelijke samenhang of fixatie. Ze worden toegeëigend, vertaald, nieuw geïnterpreteerd, nieuw gezien en nieuw gelezen. **Het gaat er niet om of iets 'waar' is**, zegt Umberto Eco met nadruk, integendeel: **Er bestaan geen gefixeerde, definitieve of finale betekenissen [...]. Er bestaan geen a-historische categorieën. De menselijke realiteit wordt continu afgebroken, 'eeuwige essenties' worden constant bedreigd.**<sup>1</sup>

Dit houdt in dat ook communicatie geen finalistische beschrijving is met onveranderlijke identiteiten aan weerszijden van de onoverbrugbare kloof tussen werkelijkheid en symboliek, maar een beeldvorming die paradoxaal ten grondslag ligt aan ervaring en handelen. Hiermee is niet gezegd dat we onverschillig staan tegenover die paradox. Ons overleven wordt immers in grote mate bepaald door het vermogen om het conventionele wereldbeeld open te breken en te vervangen door eigen voorstellingen die beter sporen met de realiteit van onze ervaring. Kijken, spreken en denken bevestigen of ontkennen de wereld zoals hij zich voordoet, zijn interpretaties die de wereld herformuleren en transformeren. Kijkers en lezers observeren, selecteren, vergelijken en interpreteren hun ervaringen. Zij relateren wat ze meemaken, zien en lezen aan wat ze eerder hebben opgedaan in de veelheid van symbolische ruimtes waar ze deel van uitmaken.

De weergave van de externe werkelijkheid door de cultuurindustrie is niets meer dan een realistische fictie. Daarom is de keuze voor een visuele bemiddeling met emancipatorische ambities niet moeilijk. Alleen het zichtbaar houden van de eeuwige paradox van ervaring en interpretatie in de boodschap, is een vruchtbare grondslag voor een gelijkwaardige interactie met kijkers en lezers.

Er is altijd een artistieke en intellectuele tegentraditie geweest met een subversieve aandacht voor de sociale kracht van de door de elites in stand gehouden symbolische orde. Die reflexieve traditie en de dialogische vorm van haar productie is oud en beproefd. Als een oppositionele praktijk articuleert ze vanuit een kritisch maatschappelijk perspectief ongehoorde denkbeelden en opvattingen en toont ze de ongeschreven geschiedenis van de cultuur en politiek van de eigen tijd. Met een beroep op de belofte van de politieke democratie en in solidariteit met haar lezers en kijkers probeert ze met tegenbeelden en tegenspraak de wereld op een onafhankelijke manier in kaart te brengen. Haar kritiek op de imaginaire landschappen van de gevestigde orde ondermijnt de bestaande verhalen en toont het regime in zijn ongerijmdheden en tegenstellingen. In de hoop op bevrijding en emancipatie zoekend naar verhelderende alternatieven roepen haar dwarse beelden vervreemding en reflexie op. Ze verdraaien en ondermijnen geaccepteerde waarheden en vormen een tegengeschiedenis tegenover de op zichzelf betrokken heerschappij van institutionele netwerken, hun disciplinaire orde en restauratieve interpretaties.

Gelijktijdig met mijn 'linguistic turn' ontstaat het inzicht, dat de machtsverhoudingen in maatschappij en media de visuele journalistiek noodzaken tot een

awareness is that the representation of reality can no longer be regarded as a factual and reliable message. Meaning and cultural symbols do not have any original coherence or fixation. They are appropriated, translated, reinterpreted, reseen and reread. It is not a question of whether something is 'true', Umberto Eco emphasises. On the contrary: There are no fixed, definitive or final meanings [...] There are no ahistorical categories. Human reality is continuously broken off, 'eternal essences' are constantly threatened.<sup>1</sup>

This implies that communication is not a purposive description with unchangeable identities on either side of the unbridgeable gulf between reality and symbol either, but the creation of images that, paradoxically, forms the foundation of experience and action. This is not to say that we are indifferent to that paradox. After all, our survival is determined to a large extent by the ability to break open and replace the conventional picture of the world with our own representations that are more in tune with the reality of our experience. Looking, speaking and thinking confirm or deny the world as it manifests itself, they are interpretations that reformulate and transform the world. Spectators and readers observe, select, compare and interpret their experiences. They relate what they experience, see and read to what they have already experienced in the plurality of symbolic spaces of which they form a part. The representation of external reality by the culture industry is no more than a realistic fiction. That is why opting for a visual mediation with emancipatory ambitions is not difficult: only keeping the eternal paradox of experience and interpretation visible in the message is a fertile basis for an equal interaction with viewers and readers.

There has always been an artistic and intellectual counter-tradition with a subversive interest in the social force of the symbolic order that is maintained by the élites. That reflexive tradition and the dialogic form of its products have been tried and tested. As an oppositional practice, it adopts a critical perspective on society from which it articulates unheard ideas and opinions and shows the unwritten history of the culture and politics of its own time. With an appeal to the promise of political democracy, and in solidarity with its readers and viewers, it tries to chart the world in an independent way by means of counter-images and counter-language. Its critique of the imaginary landscapes of the status quo undermines the existing narratives and exposes the regime in its inconsistencies and contradictions. Searching for illuminating alternatives in the hope of liberation and emancipation, its recalcitrant images evoke alienation and reflection. They invert and undermine accepted truths and form an alternative history to the autarchic domination of institutional networks, their disciplinary order and restorative interpretations.

At the same time as my 'linguistic turn', the insight emerges that the relations of power in society and the media force visual journalism to adopt a radically different attitude if it is to make good its often professed progressive socio-cultural ambition as a mediator. That mediation stands, roughly speaking, for a choice between a pragmatic and a dialogic attitude, in other words, for the choice between two different forms of symbolic interaction with the spectator:

1. the traditional, depositary attitude of the naïve realist who, starting out from the status quo, clings to his or her own and generally accepted presuppositions and representations. All spectators are thereby integrated into existing systems and are programmed rather than informed;
- and 2. the reflexive [or dialogic] approach of the critical realist, who questions the production conditions and symbolic conditions of the spectator and of himself with the intention of declassifying the consciousness and imagination that they both share and replacing them with alternative, inconsistent images and information that invite the spectators and readers to engage in active interpretation, based on their own history and background.

radicaal andere houding wil het zijn vaak beleden progressieve sociaal-culturele

**method and means of a dialogic practice** ambitie als makelaar waarmaken. De bemiddeling staat daarbij grofweg voor de keuze tussen een pragmatische en een dialogische opstelling, dat wil zeggen, voor de keuze tussen twee verschillende vormen van symbolische interactie met de toeschouwer:

1. de traditionele depositaire opstelling van de naïeve realist die uitgaande van de maatschappelijke status quo, vasthoudt aan eigen en algemeen gangbare vooronderstellingen en voorstellingen. Alle toeschouwers worden daardoor geïntegreerd in bestaande systemen, meer geprogrammeerd dan geïnformeerd; en 2. de reflexieve [of dialogische] benadering van de kritische realist, die de productieomstandigheden en symbolische condities van de toeschouwer en zichzelf bevraagt met de bedoeling bewustzijn en beeldvorming van beiden te declassificeren en te vervangen door alternatieve, inconsistente beelden en informatie die de kijkers en lezers uitnodigen tot actieve interpretatie, gebaseerd op hun eigen geschiedenis en achtergrond.

Zoals zo vaak is Bertolt Brecht het duidelijkst: **Vragend om een niet-bemiddelende werking, heeft de gangbare esthetiek tot gevolg dat alle sociale en andere verschillen tussen individuen om zeep worden geholpen [...]** Het niet-aristotelische drama is niet geïnteresseerd in het vestigen van zo'n collectieve eenheid [op basis van het 'algemeen menselijke' dat door alle toeschouwers op dezelfde manier wordt gedeeld]. Het verdeelt z'n publiek.<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Bertolt Brecht in Fredric Jameson, *Brecht and method*, London, 1998

Ook Pasolini, de Italiaanse filmmaker, zegt in de jaren '60 behartenswaardige dingen over de dialogische relatie met de kijker: **De verhouding tussen auteur en toeschouwer is een dramatische wisselwerking tussen twee in democratisch opzicht gelijkwaardige individuen. De toeschouwer is niet iemand die niet begrijpt, zich gekwetst voelt, haat of lacht; de toeschouwer is iemand die begrijpt, sympathiseert, liefheeft, enthousiast is. De toeschouwer probeert even sterk als de auteur: beiden storen zich niet aan het bestaande gezag, dat om stilte vraagt of een relatie die haar uitdrukking vindt in een gemeenschappelijke**

<sup>5</sup> Pier Paolo Pasolini, 'Cinema', *Empirismo eretico*, Milano, 1972

**en kleurloze taal.**<sup>5</sup> Volgens Pasolini behoort de auteur als initiatiefnemer weliswaar tot de bevoorrechte elite, maar demonstreert hij met zijn verzet tegen bevoogding en het maskeren van de ellende in de wereld, zijn solidariteit met de toeschouwer – in het gedeeld verlangen naar vrijheid en onafhankelijkheid.

<sup>6</sup> Branden W. Joseph, 'Interview with Paolo Virno', *Grey room* 21, Cambridge Ma, 2005

Paolo Virno actualiseert Pasolini's vertrouwen in de subversiviteit van de bevolking door te wijzen op het **groeïend opportunisme van de werkenden die leven onder een mondiaal reactionair neoliberal regime.**<sup>6</sup> Hij constateert een zich wereldwijd ontwikkelende **mass intellectuality** buiten de strikte pragmatiek van het productieproces, in een concreet leven vol ongelijkheid, ontgoocheling en anonimiteit. Een verandering in mentaliteit die zich enerzijds uit in het vermogen te overleven door min of meer succesvol te marchanderen met de fluctuaties en innovaties in organisatie en repressie van de officiële wereld; en anderzijds in eigen communicatieve netwerken en collectief verzet, als een hoopgevende vorm van autonomie tegenover de controle van de macht.

De radicaal andere opstelling van de reflexieve traditie tegenover kijkers en lezers correspondeert met het verschil in structuur van de boodschap. Houdt de depositaire houding vast aan de klassieke, gesloten vorm van representatie, de dialogische positie werkt met een open, relationele en generatieve vorm van presentatie. In tegenstelling tot de illusoire transparantie van de klassieke boodschap als venster op de wereld, creëert ze een dynamiek in de boodschap die het productieproces transparant maakt. Die encensering toont de keuzes en manipulatie van de bemiddeling in relatie met de economische, sociale en culturele verhoudingen waarin de boodschap ontstaat. In de praktijk komt dat neer op een rigoreuze niet-formalistische structuur van eenheid in veelvoudigheid, die de continuïteit van de boodschap opbreekt met de specifieke eigenzinnigheden van de maker.

As so often, Bertolt Brecht is the clearest: In calling for an unmediated impact, the aesthetics of the day call for an effect that flattens out all social and other distinctions between individuals... Non-aristotelian drama is not interested in the establishment of such a collective entity [on the basis of the 'common humanity' shared by all spectators alike]. It divides its audience.<sup>4</sup>

The Italian film director Pasolini had admirable things to say in the sixties about the dialogic relation with the spectator: The relation between author and spectator is a dramatic interaction between two democratically equal individuals. The spectator is not somebody who fails to understand, feels hurt, hates or laughs; the spectator is somebody who understands, sympathises, loves, is enthusiastic. *The spectator is just as provocative as the author*: neither pays any heed to the existing authority that calls for quiet, or a relation that finds expression in a common, colourless language.<sup>5</sup> According to Pasolini, the author as initiator belongs to the privileged élite, but through his resistance to paternalism and veiling the misery in the world, he demonstrates his solidarity with the spectator – in their shared desire for freedom and independence.

Paolo Virno brings Pasolini's trust in the subversive nature of the people up to date by pointing out the growing opportunism of the employed who live under a worldwide reactionary neo-liberal regime.<sup>6</sup> He notes a mass intellectuality that is developing on a worldwide scale outside the strict pragmatism of the production process in an actual life full of inequality, disillusion and anonymity. It is a change in mentality that finds expression on the one hand in the ability to survive by bargaining more or less successfully with the fluctuations and innovations in organisation and repression of the official world, and on the other hand in their own communication networks and collective resistance, as a promising form of autonomy vis-à-vis the control of power.

The radically different position of the reflexive tradition towards spectators and readers corresponds to the difference in structure of the message. While the depositary attitude clings to the classic, closed form of representation, the dialogic position works with an open, relational and generative form of presentation. Unlike the illusory transparency of the classic message as a window onto the world, it creates a dynamism in the message that makes the production process transparent. That *mise-en-scène* manifests the choices and manipulation of the mediation in relation to the economic, social and cultural relations in which the message has arisen. In practice this boils down to a rigorous, non-formalistic structure of unity in diversity, which breaks open the continuity of the message with the specific idiosyncrasies of the maker.

El Lissitzky's work is an interesting example of this. He mobilises the spectator by making the formal structure of his typography, collages and exhibitions dynamic, by using documentary and factual material to create dialectical tensions between the separate, heterogeneous elements of the work.<sup>7</sup>

Thomas Winterberg does something similar in his film *Festen*. Through unexpected twists in narrative and form, he is constantly building up and then breaking down situations to keep the tension high. In his own words: *Twists, breaks are in fact necessary to keep the dramatic tension high. If you pile situation upon situation, something predictable emerges pretty soon and you lose the dynamism of the narrative. The tendency towards harmonious lines has to be diverted time and again.*<sup>8</sup>

204  
However illuminating they may be, both examples remain, for all their quality, close to the classical approach to the spectator. They have a strongly narrative character, but since the structure is almost only exposed at the formal aesthetic level, it is

El Lissitzky's werk is daar een interessant voorbeeld van. Hij mobiliseert de methode & middelen van een dialogische praktijk

kijker door het dynamiseren van de vorm-structuur van zijn typografie, fotocollages en tentoonstellingen, door met documentair en feitelijk materiaal dialectische spanningen te creëren tussen

<sup>7</sup> Margarita Tupitsyn, de afzonderlijke heterogene beeldelementen van het werk.<sup>7</sup>

*El Lissitzky; jenseits der abstraktion.*  
München, Paris,  
London, 1999

Thomas Vinterberg doet iets dergelijks in zijn film *Festen*. Daar worden via onverwachte wendingen in verhaal en vorm constant situaties opgebouwd en weer afgebroken om de spanning vast te houden. Hij zegt daarover: **Wendingen,**

**breuken zijn eigenlijk noodzakelijk om de dramatische spanning overeind te houden. Als je situatie op situatie stapelt, ontstaat er vrij snel iets voorspelbaars, raak je de dynamiek van de vertelling kwijt. De neiging tot harmonische lijnen moet steeds worden afgeapt.**<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Dogma 95 group,  
*The celebration.* 1998

Hoe verhelderend ook, beide voorbeelden blijven ondanks hun kwaliteit, dicht bij de klassieke benadering van de kijker. Ze hebben een sterk narratief karakter, maar doordat de structuur nagenoeg alleen wordt opgebroken op formeel esthetisch niveau is het voor de kijker moeilijk andere dan de aangereikte verbanden te leggen.

Passolini, die film als een non-verbaal en meervoudig taalsysteem ziet, gaat aanzienlijk verder dan de grotendeels formele dynamiek van de vorige twee voorbeelden. Hij bouwt aan een scenario in de **vrije indirecte rede** dat een inhoudelijk spanningsveld creëert. De vrije indirecte rede is een wijze van vertellen waarin de [subjectieve] gevoelens of gedachten van iemand worden weergegeven in de derde persoon, maar op zo'n manier dat het nagenoeg onmogelijk is uit te vinden wie precies aan het woord is: de protagonist van het verhaal of de auteur. Voor Passolini is dat niet enkel een spel van objectief versus subjectief, maar een constructie waarmee de auteur zijn aanwezigheid verradt in de vorm van een gecontextualiseerd commentaar. Die dubbelzinnige 'moraal' van de auteur toont zich in het werk als een bevrijdende kracht op meerdere niveaus. Inhoud, vorm en 'moraal' van de vertelling vormen samen de betekenis van de boodschap. De toeschouwer ontdekt in de encensering tegelijk de macht van bestaande woorden en beelden en de ontmaskering daarvan – omdat de bevrijdende strategie bewust in en tegen de stereotypen wordt ontplooid.

Bertolt Brecht heeft behalve proza, poëzie en toneelstukken veel theoretische teksten geschreven over het episch theater als een dialogische benadering van het publiek. Grondgedachte daarvan is het **vervreemdingseffect** dat de toeschouwers helpt met een onbevangen en kritische blik te kijken naar wat het wordt geboden. Net als Lissitzky's en Eisensteins idee van de gedynamiseerde montage is Brechts **grote [of lepe] methode** praktijkgericht, maar gaat uit van een veel breder concept van interne veelstemmigheid. Die methode stelt hem in staat om een veelheid van losse kerngedachten uit praktijk en esthetiek samen te brengen en praktisch inzetbaar te maken: **De grote methode is een praktische leer van verbanden en van de opheffing van verbanden, van de exploitatie van veranderingen en de afhankelijkheid van veranderingen, van het veroorzaken van veranderingen en de verandering van de veroorzakers, van scheiding en ontstaan der eenheden, van de onzelfstandigheid van tegenstellingen zonder elkaar, van de verenigbaarheid van elkaar uitsluitende tegenstellingen. De grote methode maakt het mogelijk processen te herkennen in de dingen en die te gebruiken. Ze leert vragen te stellen die het handelen mogelijk maken.**<sup>4</sup>

Vervreemding is deel van de manier waarop het verhaal wordt verteld. Het is het plotseling verschijnen van het onverwachte of nieuwe, dat het vertrouwde karakter van de vertelling radicaal ondersteboven haalt door het te reconstrueren.

Directe, illusoire identificatie van de kijker wordt daardoor onmogelijk. Het stereotype en vertrouwde beeld van wat de kijker geneigd is als realistisch te zien

difficult for the spectator to make connections other than the ones that are proffered.

Pasolini, who sees film as a non-verbal, plural linguistic system, goes a good deal further than the largely formal dynamism of the last two examples. He works on a scenario in the free indirect style that creates a substantive field of tension. The free indirect style is a way of telling a story in which a person's [subjective] feelings or thoughts are portrayed in the third person, but in such a way that it is virtually impossible to tell who exactly is speaking: the protagonist of the story or the author. For Pasolini this is not just a game of objective versus subjective, but a construction in which the author betrays his presence in the form of a contextualised commentary. That ambiguous 'moral' of the author manifests itself in the work at several levels as a liberating force. Content, form and the 'moral' of the story combine to form the meaning of the message. The spectator discovers simultaneously in the mise-en-scène the power of existing words and images and their exposure – because the liberating strategy is deliberately elaborated in and against the stereotypes.

Besides prose, poetry and plays, Bertolt Brecht wrote many theoretical texts on the epic theatre as a dialogic approach to the audience. The basic idea is the alienation effect that helps the spectators to look at what is offered to them with an unprejudiced and critical eye. Like Lissitzky's and Eisenstein's idea of the dynamic montage, Brecht's great [or sly] method is aimed at practice, but is based on a much wider concept of internal polyphony. That method enables him to bring together a number of separate key ideas from practice and aesthetics and to deploy them in practice: The great method is a practical doctrine of alliances and of the dissolution of alliances, of the exploitation of changes and the dependency on change, of the instigation of change and the changing of the instigators, the separation and emergence of unities, the unselfsufficiency of oppositions without each other, the unification of mutually exclusive oppositions. The great method makes it possible to recognize processes within things and to use them. It teaches us to ask questions which enable activity.<sup>4</sup>

Alienation is part of the way in which the story is told. It is the sudden appearance of the unexpected or the new, that radically undermines the familiar character of the story by reconstructing it. Direct, illusory identification of the spectator is thereby rendered impossible. The stereotypical, familiar picture of what the spectator tends to see as realistic is broken up. Two other concepts in Brecht's dramaturgy are essential in this connection: separation and distance. They concern the rigorous separation between the levels or elements of image, text, music, space and montage. Both concepts are used in a stacked way. Separation means for him maintaining a visible distance between the different levels of form, while distance is the inner, more substantive distance between the different elements.

Like Pasolini, Brecht does not aim at conceptual or figurative linguistic forms in themselves. On the contrary, the clarity of the contradictory elements must enable the director to approach the theme of a play in every possible way and at the same time to rhetorically emphasise a particular vision of it: The actor will act in such a way that the alternative emerges as clearly as possible, that his acting allows the other possibilities to be inferred and only represents one out of the possible variants.<sup>4</sup>

The method of the french film director Jean-Luc Godard is similar. He too combines the conventional forms of content, form and composition with the attack on them. In that plurivocal setting, the oppositional position of the author/director is the only recognisable 'moral' link in the ongoing conflict with what is culturally familiar. This is a reference on the one hand to the rhizome of endless connections [Deleuze and Guattari], and on the other to the mise-en-scène of the author who demonstrates the distinction between fact and fiction [simulation] at every conceivable level, with his

wordt opgebroken. In dat verband zijn twee andere begrippen in Brechts dramaturgie

method and means of a dialogic practice essentieel: **scheiding** en **distantie**. Ze gaan over de rigoreuze scheiding tussen de niveaus of elementen van beeld, tekst, muziek, ruimte en montage. Beide begrippen worden als het ware gestapeld gebruikt. Scheiding betekent voor hem het zichtbaar houden van afstand tussen de verschillende niveaus van vorm, terwijl distantie de innerlijke, meer inhoudelijke afstand van de verschillende elementen is.

Net als Pasolini streeft Brecht niet naar conceptuele of figuratieve taalvormen op zich. Integendeel: de helderheid van de met elkaar botsende elementen moet de regie in staat stellen de thematiek van een stuk op alle mogelijke manieren te benaderen en tegelijkertijd een bepaalde visie daarop retorisch te benadrukken: **De acteur speelt zo, dat het alternatief zo duidelijk mogelijk zichtbaar is. Zo, dat zijn spel ook nog de andere mogelijkheden laat vermoeden terwijl hij slechts een van de mogelijke varianten presenteert.**<sup>4</sup>

De werkwijze van Jean-Luc Godard, de franse filmmaker, is daarmee vergelijkbaar. Ook hij verenigt gebruikelijke vormen van inhoud, vorm en compositie, met de aanval er op. In die meerstemmige setting is de dwarse opstelling van de auteur/regisseur het enig herkenbare 'morele' verband in het voortdurend conflict met het cultureel bekende. Dit verwijst enerzijds naar Deleuze en Guattari's rizoom van de eindeloze verbanden. Anderzijds naar de mise-en-scène van de auteur die het onderscheid tussen feit en fictie [simulatie] op alle denkbare niveaus demonstreert, met een aan hem gebonden manier van het doorbreken van regels, normen en fatsoen. Gevolg: een dialogisch effect dat de toeschouwers aanspreekt op hun nieuwsgierigheid, voyeurisme en capaciteit tot het leggen van verbanden. Een uitnodiging tot exploratie en interpretatie die de ervaring verrijkt en bewerktuigt.

Representatie is tegelijk een vorm van maken en een vorm van uitsluiting. Een boodschap kan onmogelijk alle aspecten van het onderwerp bevatten. De acceptatie van dit communicatief tekort leidt tot de conclusie dat elke boodschapper definitie feitelijk beperkt is. Dat geldt ook voor het dialogische werk, ondanks de veelheid en verscheidenheid aan informatie die het kan opnemen. Maar in zijn herkenbaar subjectieve encensering kan het als het authentieke in een 'mer à boire', wel degelijk verwijzen naar de 'zee van feiten' buiten de boodschap. Wolf Biermann heeft dat mooi getypeerd naar aanleiding van Heiner Müllers toneelwerk: **Het is als het uit elkaar halen van iets dat gesleten is – zoiets als bij het keren van een jas – om die dan opnieuw in elkaar te zetten, inclusief nieuwe, elders gevonden stukken en brokken.**<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Wolf Biermann, 'Die Müller-machine', *Der Spiegel*, 1996

Elke omgang met de werkelijkheid heeft speculatieve elementen. Iedereen onderhandelt op zijn eigen manier met de heersende orde van het sociale, economische en culturele leven. Het persoonlijk handelen marchandeert constant met de condities en 'waarheden' van het labyrint van systemen waar we bewust of onbewust mee verweven zijn. Ondanks de claim van totale onafhankelijkheid geldt hetzelfde voor artistieke en intellectuele activiteit: de enige autonomie die bestaat is een semi-autonomie. De vrije ruimte daarvan wordt altijd veroverd met argumenten van buiten de formele condities van genre, stijl en medium – gedreven door een mentaliteit die op zoek is naar nieuwe verschijningsvormen van de realiteit die alle standaardisatie en folklore logenstraffen. In die zin is ook communicatief handelen speculatief: provisorisch en incompleet. Communicatief ontwerpen opereert in een proportioneel kleinere autonome ruimte dan kunst of theorie. Net als de architectuur of de journalistiek werkt het als bemiddelaar in een meer gecompliceerde situatie. Vandaar dat ontwerpen met een emancipatorische doelstelling dat nadenkt over de verhouding tot de toeschouwers, onderhandelt met de klant en de omringende condities over de ruimte voor zijn communicatieve strategie en visie op thematiek en programma van de opdracht. De vraag is dus niet zozeer of er ruimte is voor onafhankelijk handelen, maar

or her own way of breaking the rules, norms and decency. The result is a dialogic effect that appeals to the spectators' curiosity, voyeurism and capacity to establish connections. It is an invitation to explore and interpret that enriches and instrumentalises.

Representation is a form of making and a form of excluding at the same time. It is impossible for a message to include every aspect of the subject. The acceptance of this inadequacy of communication leads to the conclusion that every message is in fact by definition limited. The same goes for the dialogic work, in spite of the plurality and diversity of information that it can absorb. But in its recognisably subjective *mise-en-scène*, like what is authentic in a 'mer à boire', it can refer to the 'sea of facts' outside the message. Wolf Biermann characterised that well in connection with Heiner Müller's theatre: It is like pulling apart something that is worn out – like turning a coat – to put it together again, including new pieces and fragments that have been found elsewhere.<sup>9</sup>

Any form of contact with reality contains speculative elements. We all deal in our own way with the dominant order of social, economic and cultural life. Personal action is constantly doing deals with the conditions and 'truths' of the labyrinth of systems with which we are interwoven, whether we are aware of the fact or not. In spite of the claim of total autonomy, the same is true of artistic and intellectual activity: the only autonomy that exists is a semi-autonomy. Its free space is always conquered with arguments from outside the formal conditions of genre, style and medium – driven by a mentality that is searching for new phenomenal forms of reality that thwart all standardisation and folklore. In that sense, communicative action is also speculative, in that is provisory and incomplete.

Communication design operates in a proportionally smaller space than art or theory. Like architecture or journalism, it works as an intermediary in a more complicated situation. That is why design with an emancipatory orientation – which reflects on the relation with the spectators – bargains with the client and the surrounding conditions on the space for its communication strategy and vision of the theme and programme of the commission. So the question is not so much whether there is space for autonomous action, but to what extent the available space can be stretched to make room for a dialogic agenda.

In other words, the political aspect of communication design lies in the way in which the commission is fleshed out with content – in the heterogeneous extending of the message beyond the formal level of the components and based on the arguments of a social concept and an emancipatory strategy. Only then can the event space of the restricted pragmatism in the media be disrupted by a substantial and polemical use of images, not from impotence in the face of the inherently limited nature of the circumstances, but in the hope of contributing to a victory over the symbolic poverty in the world. The political act is to save the heterogeneous sensible which is at the heart of the autonomy of art and consistently of its power of emancipation.<sup>10</sup>

For a design that wants to stake its dissidence, theory is not about abstractions, but about the specific culture of time and place with ineluctable conditions and history. Unlike operational criticism that keeps its hands literally and metaphorically free when it comes to acting on the basis of its ideas, the operative criticism of the practical intellectual only takes on 'hands and feet' in the unstable, paradoxical relation between thinking and creating. In that sense, the conceptual logic of independent thought is not comparable with the combination of conceptual and figurative logic of the visual journalism that creates 'truths' in composite media. Rem Koolhaas puts it succinctly: I make the mistakes that the theoretician does not want to make. Creating and doing are projective by nature and are not exempt from speculative risks. That is why there seems little alternative for visual journalism but to make

hoever de aanwezige ruimte kan worden opgerekt voor een dialogische agenda.

**methode & middelen van een dialogische praktijk** Met andere woorden, het politieke van het communicatief ontwerpen ligt in de manier waarop invulling wordt gegeven aan de opdracht – in de ongelijksoortige uitbreiding van de boodschap buiten het formele niveau van de componenten en gebaseerd op de argumenten van een sociaal concept en een emancipatorische strategie. Pas dan kan de 'event space' van het benauwd pragmatisme in de media worden doorbroken met een substantiële en polemische beeldvorming. En dat niet uit onmacht over het inherente tekort van de omstandigheden, maar in de hoop bij te dragen aan het overwinnen van de symbolische armoede in de wereld. **De politieke daad van de kunst is om de ongelijksoortige sensibiliteit te redden die de kern is van haar autonomie en haar blijvende emancipatorische**

<sup>10</sup> Jacques Rancière, **kracht**. <sup>10</sup>

*The politics of aesthetics*. <http://theater.klein.org/node/99>

Voor het ontwerpen dat zijn dissidentie wil inzetten speelt theorie zich niet af in abstracties, maar in de concrete cultuur van tijd en plaats met onontkoombare condities en geschiedenis. Anders dan de operationele kritiek die de handen letterlijk en figuurlijk vrijhoudt wanneer het tot handelen op basis van zijn ideeën komt, krijgt de operatieve kritiek van de praktische intellectueel pas 'handen en voeten' in de instabiele, paradoxale verhouding tussen denken en maken. In die zin is de conceptuele logica van het onafhankelijk denken onvergelijkbaar met de combinatie van de conceptuele en figuratieve logica van de visuele journalistiek die 'waarheden' creëert in samengestelde media. Rem Koolhaas is er kort over: **De fouten die de theoreticus niet wil maken, worden door mij gemaakt**. Maken en doen zijn van nature projectief en ontsnappen niet aan speculatieve risico's. Daarom lijkt de operatieve kritiek van de visuele journalistiek altijd te moeten inleveren ten opzichte van de beschrijvende en analyserende afstandelijkheid van het kritisch denken. Niets is echter minder waar. Juist haar acceptatie van het 'speculatieve tekort' en haar dwarse omgang met de condities van de communicatieve werkelijkheid scheppen ruimte voor nieuwe verschijningsvormen die kijkers en lezers vragen het werk opnieuw te doen en er het hunne van te vinden.

Om greep te krijgen op de vertaling van kritisch denken naar een meerdimensionaal zintuigelijk taalgebruik moet een brug worden geslagen tussen denken en maken. Theoretisch inzicht moet daartoe worden vergezeld van manieren van werken, uitdrukkingsmiddelen en ervaring. Dat stelt ons in staat nieuwe inhouden en visie zo te organiseren dat de transformatie in de combinaties van conceptuele en figuurlijke taalvormen vanzelfsprekend verloopt – zonder het genot van het maken te moeten opgeven en de solidariteit met de kijkers en lezers te frustreren. Ontwerpers zijn over het algemeen gebakken in de conceptuele orde van de textuele structuur en weinig vertrouwd met de non-verbale, associatieve vocabulaires van het figuratieve. Ze lijken zich nauwelijks bewust van de verschillen in taalstructuur tussen tekst en beeld: van het verschil tussen de opeenvolgende geleding van de tekst en de gelijktijdigheid van het beeld. Communicatie is niet alleen de verbale of redenerende vorm van overdracht, maar ook die van het visueel, auditief, tactiel en ruimtelijk taalgebruik. Daarom moet een visuele journalistiek met een kritisch operatieve ambitie zich bevrijden van het korset van de sequentiële beschrijving, door het conceptueel model van haar vocabulaire uit te breiden met de synchrone hiërarchie van het figuratieve. Verstand en emotie zijn dan niet langer een binaire tegenstelling, maar een natuurlijke veelheid van dialectische overgangen in onderlinge dialoog. Tekst, beeld, ruimte, geluid enzovoort krijgen daarmee hun plek terug in het totaal van zintuigelijke ervaringen van begrip en beeldvorming en worden niet langer gebruikt als illustratie van tekst of theorie. Met de acceptatie van die samengestelde sensibiliteit als een volwaardig communicatief gereedschap keert het ontwerpen terug van een oppervlakkige naar een diepere structuur met patronen die we deels ervaren, deels verklaren. Kortom, het

concessions vis-à-vis the descriptive and analytical aloofness of critical thinking. But nothing could be further from the truth. It is precisely its acceptance of the 'speculative inadequacy' and its recalcitrant way of dealing with the conditions of the communicative reality that create scope for new phenomenal forms that invite spectators and readers to do the work all over again and to make of it what they want.

In order to get a grip on the translation of critical thinking into a pluridimensional, sensuous use of language, a bridge has to be made between thinking and making. Theoretical insight must therefore be accompanied by ways of working, means of expression, and experience. That enables us to organise new contents and vision in such a way that the transformation into the combinations of conceptual and figurative linguistic forms proceeds intuitively – without abandoning the pleasure of creating, or frustrating the solidarity with the spectators and readers. On the whole, designers are formed in the conceptual order of the textual structure and are not very familiar with the non-verbal, associative vocabularies of the figurative. They seem to be barely aware of the differences in linguistic structure between text and image: of the difference between the sequential structure of the text and the simultaneity of the image. Communication is not just the verbal or discursive form of conveying information, but also that of the visual, auditory, tactile and spatial use of language. That is why a visual journalism with a critical operational ambition has to free itself from the straitjacket of the sequential narrative by broadening the conceptual model of its vocabulary to include the synchronous hierarchy of the figurative. Reason and emotion are then no longer a binary opposition, but a natural plurality of dialectical transitions in mutual dialogue. Text, image, space, sound and so on are thereby restored to a place in the totality of sensory experiences of comprehension and image-forming and are no longer used to illustrate a text or a theory. Once that composite sensibility is accepted as a fully-fledged communication tool, design returns from a surface to a deeper structure with patterns that we partly experience and partly explain. In short, it returns to visual communication as a form of 'precise complexity' of making and receiving, to discovering and understanding in an empirical relation with the world. The expression of that complementary sensitivity has to be trained in order to be used sensibly and qualitatively. Trust in innate talent and emotional and rational capacities in themselves is not enough. Besides knowledge and editorial skills, the rhetoric of the visual, spatial and other non-verbal intelligence has to be thoroughly expanded, trained and exploited. The concept is far from being the work. Or, as Jörg Immendorf says in an interview about the 'problematic realism' of his work: Of course I want my images to be soaked in content. But you have to penetrate beneath the actual visible surface. At the same time, as an artist you must also interest the public, otherwise it does not mean very much. A good intention is not yet a good image.<sup>11</sup>

Operative criticism proves itself in practice. That is why it is necessary to invest not only in critical thinking and communication strategies that reformulate the content and programme of the commission, but also in a way of working that enables the qualitative expression of that in the textual, visual, spatial and other rhetoric. Graphic designer Jurriaan Schrofer and photographer Ed van der Elsken developed the filmic scenario for the editorial design of their photography books in the 1950s.<sup>12</sup> That [forgotten] model is derived from the articulation scheme used by theatre, opera and film in which the director lays down the sequence of the different scenes. The scheme structures the course of the narrative, how it hangs together, the hierarchy in image, text, sound and action, and lays the basis for the non-verbal, figurative transformation of creating and performing. In a scenario that aims at a dialogic relation with readers and spectators, the identity of the separate parts and the main

<sup>11</sup>including George W. Bush, Donald Rumsfeld and Condoleezza Rice

keert terug naar visuele communicatie als een vorm van 'precieze complexiteit'

method and means of a dialogic practice van maken en ontvangen, naar ontdekken en begrijpen in een empirische relatie met de wereld.

De expressie van die complementaire gevoeligheid moet geschoold zijn om zinnig en kwalitatief gebruikt te kunnen worden. Vertrouwen in aanleg en in emotionele en rationele capaciteiten op zich is niet genoeg. Behalve kennis en redactionele vaardigheden moet de retoriek van de visuele, ruimtelijke, en andere non-verbale intelligentie grondig worden uitgebreid, geschoold en geëxploiteerd. Het concept is nog lang geen werk. Of, zoals Jörg Immendorf zegt in een interview over het 'problematisch realisme' van zijn werk: **Natuurlijk wil ik ook dat mijn beelden dronken van inhoud zijn. Maar je moet onder het reëel zichtbare oppervlak door-dringen. Tegelijk moet je als kunstenaar ook je publiek boeien, anders stelt het** <sup>11</sup> **weinig voor. Een goede bedoeling leidt nog niet tot een goed beeld.**

<sup>11</sup> 'Jahres-chronik',  
Der Spiegel, 2002

Operatieve kritiek bewijst zich pas in de praktijk. Daarom is het niet alleen noodzakelijk te investeren in kritisch denken en communicatieve strategieën die inhoud en programma van de opdracht nieuw formuleren, maar ook in een manier van werken die de kwalitatieve uitdrukking daarvan mogelijk maakt in tekstuele, beeldende, ruimtelijke en andere retoriek. Grafisch ontwerper Jurriaan Schrofer en fotograaf Ed van der Elsen ontwikkelden in de jaren '50 van de vorige eeuw voor de beeldredactie van hun fotoboeken het **filmisch scenario**.<sup>12</sup> Dat [vergeten] model

<sup>12</sup> to be regarded as a substantive deepening of the filmic character of staged scenes in the work of Paul Schuitema and Piet Zwart [1930s]. see: Mireille Thijssen, *Het bedrijfsfotoboek 1945-1965*. Rotterdam, 2002

is ontleend aan het bij theater, opera en film gebruikte articulatie-schema waarin de regisseur de volgorde van de afzonderlijke scènes vastlegt. Het schema structureert het verloop van het verhaal, zijn samenhang, de hiërarchie in beeld, tekst, geluid en handeling, en legt de basis voor de non-verbale, figuratieve transformatie van maken en uitvoeren. In een scenario dat een dialogische relatie met lezers en kijkers wil, worden de identiteit van de afzonderlijke delen en de hoofd- en bijzaken van de boodschap op en tussen de verschillende niveaus vastgelegd: te beginnen met die tussen het beschrijvend materiaal en de 'moraal' van de regie, die de toon zet voor actieve interpretatie door de toeschouwers.

Zoals kritisch denken en communicatieve strategie de grondslag zijn voor nieuwe interpretaties van onderwerp en programma van de opdracht, zo is het scenario de basis voor het transponeren van inhoud en visie naar de meersporige zintuigelijkheid van de retoriek. Vergelijkbaar met de manier waarop bij film, theater en muziek, het draaiboek of de partituur 'zinspeelt' op realiseren door de [geschoolde] intuïtie van het maken, is het ook voor de visuele journalistiek een onmisbaar gereedschap.

Onverbrekelijk met elkaar verbonden, zijn inhoud en vorm geen van beide exclusief. Inhoud is het onderwerp van het werk en van de ideeën die het bevat – zelfs als het uit formele elementen bestaat. Inclusief begrepen omvat de term inhoud ook de sociale-, culturele-, politieke-, economische- en mediacontexten waarin het ontwerp ontstaat, waaronder de ideologische en andere intenties van opdrachtgever en bemiddeling ten opzichte van de ontvangers. Vorm is zo mogelijk nog minder exclusief. Naast materiële, formele, structurele en denotatieve aspecten heeft vorm een oneindige hoeveelheid impliciete connotaties die samenhangen met sociale-, culturele-, technologische- en vele andere omgevingen.

De gecorrumpeerde spraak van de neoliberale orde moet met die inspirerende kosmos worden gerecycled. Voorwaarde daarvoor is een fundamentele verandering van het maatschappelijk engagement van de visuele journalistiek dat symbolische vrijplaatsen creëert waar – in tegenspraak tot de inhoudelijke armoede en demagogie van de cultuurindustrie – die oorspronkelijke rijkdom wordt gedemonstreerd.

In het geval van het communicatief ontwerpen gaat het niet om een artistieke boodschap, maar om een journalistieke. Het verschil tussen die twee is dat de retoriek

and subsidiary aspects of the message are laid down on and in between the different levels: starting with that between the descriptive material and the 'moral' of the director, which sets the tone for active interpretation by the spectators.

As critical thinking and communication strategy are the foundation for new interpretations of the subject and programme of the commission, so is the scenario the basis for the transposition of content and vision to the multiple sensory tracks of rhetoric. Like the way in which the scenario or score 'alludes to' its performance by the [trained] intuition of making in the case of film, theatre and music, it is an essential tool for the visual journalist as well.

Inextricably intertwined, neither content nor form is exclusive. Content is the theme of the work and the ideas that it contains – even when it consists of formal elements. Not only inclusive of comprehension, the term content also covers the social, cultural, political, economic and media contexts in which the subject arises, as well as the ideological and other intentions of the client and mediation vis-à-vis the receivers. Form is even less exclusive, if that is possible. Besides the material, formal, structural and denotative aspects, form has an infinite number of implicit connotations that are connected with the social, cultural, technological and many other contexts. The corrupted speech of the neo-liberal order needs to be recycled with that inspiring cosmos. A precondition of this is a fundamental change in the social commitment of visual journalism that creates symbolic areas of freedom where – unlike the poverty of content and the demagogy of the culture industry – that original richness can be demonstrated.

Communication design is not about an artistic message, but a journalistic one. The difference between the two is that the rhetoric of visual journalism, unlike artistic rhetoric, is tied to the public domain by the commission situation. The private interest of the client and mediation are at odds with the general interest: the cultural and political quality of the symbolic space. The mentality and motivation of the client vis-à-vis the receivers usually impose limitations on a heretical interpretation and form of the message by the designer. At the same time the public system and the technology allow a much larger free margin than most designers suppose, so that the necessary renewal of the editorial and rhetorical action of visual journalism is, regrettably, seriously hindered not only outside but also inside the profession. As I see it, visual journalism is faced by a major challenge. Out of solidarity with spectators and readers, we and other practical intellectuals stand for a reinvestment in the [apparently] written off wealth and diversity of symbolic capital. Designers often think that there is no room for that in the present constellation. But, as Pierre Bourdieu has patently demonstrated, that challenge lies above all in the unlimited freedom of movement of the symbolic field: in striving for more transparent and dissident action in the media as a fundamental democratic contribution to breaking open the opposition between those who look on and those who act.<sup>13</sup>

van de visuele journalistiek, anders dan de artistieke, door de opdracht situatie

methode & middelen van een dialogische praktijk is gebonden aan het publieke domein. Het

particulier belang van de opdrachtgever en de bemiddeling staan daarbij op gespannen voet met het algemeen belang: de culturele en politieke kwaliteit van de symbolische ruimte. Mentaliteit en motivatie van de opdrachtgever ten opzichte van de ontvangers stellen meestal paal en perk aan een ketterse interpretatie en vorm van de boodschap door de ontwerper. Tegelijkertijd laten het publiek systeem en de technologie een veel grotere vrije marge dan de meeste ontwerpers veronderstellen. Hierdoor wordt de noodzakelijke vernieuwing van het redactioneel en retorisch handelen van de visuele journalistiek, jammer genoeg, niet alleen buiten maar ook binnen het vak ernstig belemmerd.

Naar mijn idee staat de visuele journalistiek voor een grote uitdaging. Uit solidariteit met kijkers en lezers staan we samen met andere praktisch intellectuelen, voor een herinvestering in de [ogenschijnlijk] afgeschreven rijkdom en diversiteit van het symbolisch kapitaal. Ontwerpers denken vaak dat daarvoor geen ruimte is in de huidige constellatie. Maar zoals Pierre Bourdieu overduidelijk heeft laten zien, ligt de uitdaging bovenal in de ongelimiteerde bewegingsruimte van het symbolische veld: in het streven naar meer transparant en dissident handelen in de media, als een fundamenteel democratische bijdrage aan het openbreken van de

tegenstellingen tussen hen die toekijken en hen die handelen.<sup>13</sup>

<sup>13</sup> Pierre Bourdieu, *Practical reason; on the theory of action*. Cambridge, 1998

This book is the result of many attempts to confront the radical nature of my theories with the work that I enjoy doing. It contains both previously published and new texts that try to bring order to the chaos of my ideas. As functional texts, they are intended to form a bridge between the abstraction and multiplicity of theory and the seemingly less advanced compromises of practice.

The images and form of this book are connected with the challenge to interpret the world in a different way from the anarchic neo-liberal obsessions imposed by the media. Although the themes are sometimes disturbing or plainly dramatic, I hope that the subversive pleasure with which I have worked on them will also evoke for the viewer and reader something of the liberation that the making of this book has been for me.

It is pure recklessness to want to turn the 'theoretical existence' of design into practice. But the only way to get from the critical dissatisfaction of 'design in theory' to the projective materiality of 'theory in design' is by mobilising the act of making. This may seem a risky business, but there is no alternative route for a communication design that engages with the development of the media as social space. Only the step from the things of logic to the logic of things [Marx] offers any certainty about the scope of that ambition. In many respects this book reveals the learning process of its author. It is about an editorial design that sees communication primarily as the production of meaning. That design is more interested in its functioning, in what it brings about, than in the success of a structural and formal innovation. It is an attempt, through the process of doing and thinking, to keep redefining messages in the light of present-day conditions and experiences. The result is an inquiring, exploratory approach that adjusts and refines as it goes along. It is more a question of overstepping than of maintaining barriers. And sometimes showing more courage than ability, or vice versa, and without the prospect of a definitive answer. The mediatory position of engaged visual journalism, like that of politics, consists of the creation of a podium, a theatre that shows its ambivalence, but believes in its controversial role that enables the spectators to organise their own [democratic] visibility. That is really the only way in which editorial design is meaningful: not as an insistent adaptation to the media dictatorship of interest groups, nor as an arrogant aloofness, but as a shared, curious and sensuous exploration.

A lot of other work has been responsible for the fact that it this book is appearing later than intended. The fact that it is now out is thanks to the individuals, institutions and companies who have enabled and encouraged me to finish it.

First of all, I would like to thank the Netherlands foundation for art, design and architecture in Amsterdam for a grant to the 'Panorama of habits' that gave me confidence and time for travel and research. I would also like to thank Hans Oldewarris from 010 publishers for his early and unflagging interest, the Mondriaan foundation for subsidising the publication, and Cor Rosbeek and the printshop for putting in so much enthusiasm along with their almost proverbial meticulousness.

My specially warm thanks are due to Els Kuijpers for her energy and commitment to the book and for her substantive support and critical questions – including the editing of my dutch and endless checking of the material, which she has painstakingly scrutinised and read. I am grateful to Peter Mason for his english – by now I identify with it to such an extent that the dutch version has now and then required modification in the light of it. And over the years I have built up a special debt of gratitude to my trusted compatriot Mart Rozenbeek for his precise and inspiring interest. As usual, Roemer has helped me very much not only with his photographs but also with his frank comments and stimulus. Wil's encouragement and comments are exceptional as an ongoing stimulus to my work. She spurs me on to be clear and intelligible and has once again offered me more of a perspective than I could some-times imagine.